

HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
KEDAI KIMOCCHI DI KOTA BANDUNG**

Oleh
Yuli Nuryanti

Menyetujui,
Pembimbing
Bandung, 30 Juni 2014

Pembimbing

Bijaksana Prabawa, S.Ds., M.M

NIP.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Media Promosi Kedai Kimochi” adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam Tugas Akhir saya ini.

Yuli Nuryanti

NIM. 1401100235

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang atas berkat rahmat, izin dan karunia-Nya penulis mendapatkan kesehatan dan dapat melaksanakan Tugas Akhir ini hingga selesai tepat pada waktunya.

Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu ketentuan untuk dapat menyelesaikan keseluruhan studi di jurusan Desain Komunikasi Visual konsentrasi *Multimedia Marketing* di Fakultas Industri Kreatif.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan, saran, bimbingan, serta motivasi yang besar dari berbagai pihak. Maka penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Didit Widiatmoko, M.Sn, sebagai Dosen mata kuliah Seminar Tugas Akhir sekaligus selaku Ketua Program Studi (Kaprosdi) jurusan Desain Komunikasi Visual yang banyak memberikan pengetahuan dan saran tentang mata kuliah Tugas Akhir ini.
2. Bapak Bijaksana Prabawa, S.Ds., M.M selaku dosen pembimbing I selama menyusun Tugas Akhir di Universitas Telkom.
3. Bapak I Dewa Alit Dwija, S.Sn, M.Ds, selaku dosen penguji I Tugas Akhir ini.
4. Bapak Drs. Mohamad Tohir, S.ST, M.Ds, selaku dosen penguji II Tugas Akhir ini.
5. Fabian Ditya Atmarajasa dan Ibrahim Alhanif selaku pendiri dan pemilik Kedai Kimochi yang telah memberikan proyek Tugas Akhir ini.
6. Stefanie Kurniadi selaku ahli kuliner yang banyak memberikan informasi tentang dunia kuliner Indonesia.
7. Responden yang telah meluangkan waktunya dalam membantu memberikan kelengkapan data Laporan Tugas Akhir.
8. Sekretariat Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif yang melancarkan kegiatan penyusunan Tugas Akhir.

9. Kepada seluruh pihak dan rekan-rekan yang turut mendukung dan membantu dalam pembuatan laporan Tugas Akhir ini.

Dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis meminta maaf apabila terdapat kesalahan atau kekurangan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, namun penulis telah berusaha sebaik-baiknya. Semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Terima kasih atas semua pihak yang membantu semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada mereka.

Bandung, Juni 2014

Penulis

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KEDAI KIMOCHI

Oleh : Yuli Nuryanti

NPM : 1401100235

Kedai Kimochi merupakan tempat makan bertemakan Jepang dengan fokus makanan penutup atau *dessert*. Kedai Kimochi diresmikan pada tanggal 6 Januari 2014 berlokasi di Jalan Dipatiukur No. 68B, Bandung, Jawa Barat. Kedai Kimochi ingin mengangkat tiga unsur pesan “Youthfull, Yummy, dan Joyfull” melalui produk andalannya yaitu Mochi Ice Cream. Kedai Kimochi menginginkan para konsumennya dapat menikmati produk Kedai Kimochi yang lezat, di tempat yang asik untuk meluangkan waktu bersama teman, pasangan, ataupun untuk diri sendiri dan melupakan kesibukan sejenak.

Sejak didirikan, penjualan Kedai Kimochi belum mengalami peningkatan seperti yang diharapkan. Karena usia berdirinya yang belum lama, belum banyak masyarakat yang mengetahuinya dan semakin banyak munculnya pesaing dengan produk yang sejenis. Promosi yang telah dilakukan oleh Kedai Kimochi adalah melalui media sosial seperti Twitter, Facebook, dan Instagram. Melihat persaingan di dunia kuliner yang sangat ketat, Kedai Kimochi yang juga ingin mengembangkan usahanya, membutuhkan promosi yang lebih kuat agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Solusi yang tepat untuk memecahkan permasalahan tersebut adalah membuat perancangan media promosi Kedai Kimochi menggunakan beberapa elemen dalam *promotional mix* seperti *advertising*, *internet marketing*, dan *sales promotion*. Konsep kreatif perancangan media promosi akan difokuskan pada pembuatan karakter mochi ice cream yang akan menjadi ciri khas dari Kedai Kimochi dan tawaran promosi spesial untuk konsumennya. Media sebagai hasil proses perancangan lebih bervariasi agar lebih menarik *target audience*.

Kata kunci : mochi ice cream, media, promosi, karakter

ABSTRACT

PROMOTIONAL MEDIA OF KEDAI KIMOCCHI

**By : Yuli Nuryanti
NPM : 1401100135**

Kedai Kimochi is one of Japanese restaurant which is focus on dessert. Official launching of Kedai Kimochi held on January 6th, 2014 located in Dipatiukur St. No. 68B, Bandung, West Java. Kedai Kimochi wants to lift their three element message “Youtfull, Yummy, and Joyfull” with their main product Mochi Ice Cream. Kedai Kimochi want their customer can taste a delicious product from Kedai Kimochi in a fun place to spending time with friends, your lover, or for yourself and forget the busy life for a moment.

Since it opened, Kedai Kimochi’s product sales have not increased as expected. The fact that Kedai Kimochi grand opening has not been too long, caused not many people know it and the number of competitors with same typical product is continues to grow. Kedai Kimochi has been do a promotion via social media Twitter, Facebook, and Instagram. Look into a very culinary industries competition, Kedai Kimochi who also want to develop their business need a stronger promotion to be more stand out compared to other competitors.

The best solution to solve the problem is by making the design of Kedai Kimochi promotion media using some element from promotional mix which is advertising, internet marketing, and sales promotion. Creative concept of Kedai Kimochi’s promotion media will focus with making mochi ice cream character which is it will be a identical item from Kedai Kimochi and make a more special offer for their consument. The media as the result of design process will be more variative to attract more target audiences.

Keywords : mochi ice cream, promotion, media, character