

ABSTRAK

Megan Caroline (625130079)

PERANCANGAN VISUAL PROMOSI MEREK “KOPI PAPI TOMMY”

Tugas akhir ini adalah sebuah simulasi kampanye promosi merek “Kopi Papi Tommy” sebagai model klien. Melalui proses mendesain (persiapan, identifikasi, riset, analisis, pembuatan konsep, pembuatan ide, eksekusi, kontrol dan evaluasi) penulis berusaha keras mensimulasikan kenaikan penjualan setelah kampanye dilaksanakan melalui model adopsi AIDA. Disamping itu kampanye juga ditujukan untuk memperluas kesadaran merek “Kopi Papi Tommy” di masyarakat, sehingga dalam tahap berikutnya masyarakat kota Jakarta dan sekitarnya diharapkan dapat lebih mengenal produk-produk yang ditawarkan oleh merek “Kopi Papi Tommy”.

Metodologi desain yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan wawancara langsung, observasi, dan studi pustaka. Wawancara utama dilaksanakan dengan Jennifer Christabell sebagai Manajemen Keuangan merek “Kopi Papi Tommy” serta beberapa khalayak sasaran.

“Kopi Papi Tommy” merupakan sebuah merek untuk produk minuman instan dalam bentuk kemasan botol yang berfokus pada kopi dan teh. “Kopi Papi Tommy” sejauh ini sudah memiliki 7 varian rasa kopi berbeda-beda yang dapat digunakan sebagai kekuatan untuk dapat diterima oleh khalayak sasaran yang mana masing-masing memiliki preferensi rasa kopi yang berbeda-beda. Perancangan program kampanye promosi ini diharapkan dapat menghasilkan reaksi yang baik terhadap “Kopi Papi Tommy” untuk daerah Jakarta dan sekitarnya.

Kata kunci : promosi, *brand awareness*, kopi, botol, instan, arabika, kafein