

ABSTRAK

Perancangan Media Promosi untuk Hitra Indonesia

Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Bahan Rotan

Rotan merupakan hasil dari Indonesia yang sangat populer pada masa dahulu, tapi saat sekarang ini karena banyak faktor yang membuat rotan jadi tidak populer seperti dahulu, salah satunya bahan baku rotan banyak di ekspor keluar negeri secara ilegal faktor yang lain banyak bahan baku lain yang lebih banyak promosi di banding bahan baku produk rotan.

Hitra Indonesia merupakan perusahaan yang menjual bahan baku produk rotan yang berada di kota Cirebon yang menjual furniture dan produk bahan rotan lainnya. Hitra Indonesia sendiri merupakan perusahaan yang sudah cukup lama, menjual bahan produk yang 100% dengan bahan baku rotan.

Melalui perancangan promosi ini di harapkan masyarakat bisa mengetahui, bahwa bahan baku rotan juga bisa di terima di masyarakat luas kembali dan bisa beralih menggunakan bahan baku produk rotan kembali.

Kata kunci : Promosi dengan media Web site untuk Hitra Indonesia furniture Rotan,

ABSTRACT

MEDIA PROMOTION DESIGN FOR HITRA INDONESIA IN ORDER TO INCREASE THE SELLING OF RATTAN GOODS

Rattan was a popular product of Indonesia in the past, but at present rattan is not as popular as in the past. One of the factors is the illegal export of rattan, and another reason is the fact that there are other raw materials that are promoted better.

Hitra Indonesia is a company that is located in Cirebon and it sells raw rattan as well as furniture and other things made of rattan. Hitra Indonesia has been established for quite a long time and it has always sold products made of rattan.

Through this promotion design, it is expected that people can know that rattan as a raw material is acceptable in the society and people can use rattan again.

Keywords: promotion, Hitra Indonesia, rattan, furniture

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I : PENDAHULUAN

Latar Belakang.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.2.3 Batasan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan.....	5

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori Promosi	5
2.2 Teori Komunikasi	7
2.2.1 Efek Komunikasi.....	8
2.3 Media Massa.....	8
2.3.1 Majalah.....	9
2.3.2 Koran.....	9
2.3.3 Banner.....	10
2.3.4 Poster.....	10
2.4 Layout.....	10
2.5 Warna.....	12
2.6 Tipografi.....	12
2.7 Margin dan Grid.....	13

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta	15
3.1.1 Industri Rotan di Cirebon.....	15

3.1.2 Mandatori.....	18
3.2 Data Observasi.....	21
3.2.1 Wawancara Kepada Kepala Dinas Industri di Cirebon.....	21
3.2.2 Wawancara manager marketing Hitra Indonesia.....	21
3.2.3 Hasil Kuisioner.....	21
3.3 Dokumentasi foto-foto pengrajin rotan dan hasil produk dari bahan rotan.....	25
3.4 Analisis Data berdasarkan SWOT.....	25
3.5 Analisis Data Berdasarkan STP.....	26

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	28
4.2 Konsep Kreatif	28
4.3 Konsep Media	30
4.4 Hasil Karya	30
4.4.1 Website.....	31
4.4.2 Poster.....	31
4.4.3 Banner.....	32
4.4.4 X- Banner.....	34
4.4.5 Majalah.....	35
4.4.6 Gimmick.....	36
4.4.7 Aplikasi Media Transportasi.....	37
4.5 Budgeting	38

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran	39

DAFTAR PUSTAKA	41
----------------------	----