

ABSTRAK

Perancangan media promosi Pisau Krakatau bertujuan untuk merancang promosi yang efektif sebagai sarana informasi bagi masyarakat mengenai produk Pisau Krakatau, sehingga mampu melekat di masyarakat. Manfaat dari perancangan ini adalah memberikan informasi yang mudah dipahami oleh masyarakat luas, di Kota Bandung pada khususnya, melalui konsep perancangan visual, serta diharapkan dapat meningkatkan penjualan Pisau Krakatau. Target audiens perancangan promosi ini adalah usia 25 – 40 tahun.

Proses perancangan melalui tahapan pengumpulan data, baik data verbal maupun visual dengan teknik studi pustaka, observasi, kuesioner dan wawancara. Data dianalisis dengan menggunakan teknik Matriks Perbandingan, SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) serta model AISAS (Attention, Interest, Search, Action dan Share), sehingga membentuk unsur perancangan dalam desain dan kesimpulan dalam proses pembuatan media promosi.

Kata Kunci : Media Promosi, Desain Komunikasi Visual