

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK

MEREK KECAP BENTENG SH

Kecap Benteng SH adalah salah produk Kecap Manis yang dijual di Indonesia khususnya di wilayah Kota Tangerang dan sekitarnya. Kecap Benteng SH merupakan merek kecap sejak tahun 1920 yang merupakan hasil olahan asli dari Indonesia. Kecap Benteng SH dibuat oleh turunan bangsa tionghoa yang sejak lama sudah tinggal di Pemukiman Cina Benteng di Kota Tangerang. Produk Kecap Benteng SH memiliki beberapa varian kemasan yang sesuai kebutuhan target konsumen masyarakat indonesia khususnya ibu-ibu rumah tangga yang tinggal di daerah perkotaan. Namun dalam penjualan Kecap Benteng SH sudah banyaknya kompetitor yang terus bersaing dan mengharuskan Kecap Benteng SH untuk lebih mengembangkan kembali produknya yang sudah menjadi produk asli Kota Tangerang. Faktanya kurangnya promosi yang dilakukan menyebabkan Kecap Benteng SH kurang dikenal oleh masyarakat Indonesia khususnya di Kota Tangerang. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat strategi media promosi yang dapat dimanfaatkan dalam memasarkan Kecap Benteng SH agar dapat meningkatkan *brand awareness* serta peningkatan permintaan pembeli. Analisis yang digunakan adalah analisis operbandingan, SWOT, AIO, dan AIDA untuk mengetahui segala peluang, tingkat minat pembelian konsumen dan pemilihan media yang cocok untuk memasarkan Kecap Benteng SH dan pesan dapat tersampaikan pada target konsumen.

Keyword: Promosi, Media Promosi, Kecap Benteng SH, Ibu-Ibu Rumah Tangga

ABSTRACT

THE DESIGN OF MEDIA PROMOTION FOR BRAND OF KECAP BENTENG SH

Kecap Benteng SH adalah salah produk Kecap Manis yang dijual di Indonesia khususnya di wilayah Kota Tangerang dan sekitarnya. Kecap Benteng SH merupakan merek kecap sejak tahun 1920 yang merupakan hasil olahan asli dari Indonesia. Kecap Benteng SH dibuat oleh turunan bangsa tionghoa yang sejak lama sudah tinggal di Pemukiman Cina Benteng di Kota Tangerang. Produk Kecap Benteng SH memiliki beberapa varian kemasan yang sesuai kebutuhan target konsumen masyarakat Indonesia khususnya ibu-ibu rumah tangga yang tinggal di daerah perkotaan. Namun dalam penjualan Kecap Benteng SH sudah banyaknya kompetitor yang terus bersaing dan mengharuskan Kecap Benteng SH untuk lebih mengembangkan kembali produknya yang sudah menjadi produk asli Kota Tangerang. Faktanya kurangnya promosi yang dilakukan menyebabkan Kecap Benteng SH kurang dikenal oleh masyarakat Indonesia khususnya di Kota Tangerang. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat strategi media promosi yang dapat dimanfaatkan dalam memasarkan Kecap Benteng SH agar dapat meningkatkan *Brand Awareness* serta meningkatkan permintaan pembeli. Analisis yang digunakan adalah analisis perbandingan, SWOT, AIO, dan AIDA untuk mengetahui segala peluang, tingkat minat pembelian konsumen dan pemilihan media yang cocok untuk memasarkan Kecap Benteng SH dan pesan dapat tersampaikan pada target konsumen.

Keyword: Promosi, Media Promosi, Kecap Benteng SH, Ibu-Ibu Rumah Tangga

