

OPTIMASI BRANDING DAN MEDIA SOSIAL LEDRE NY. SEGER KHAS BOJONEGORO SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN CITRA DAN PROMOSI PRODUK



Penulis :
Wella Novita Andriani
3031910041

Pembimbing :
Nova Ridho Sisprasajo, S.Sn., M.Ds.

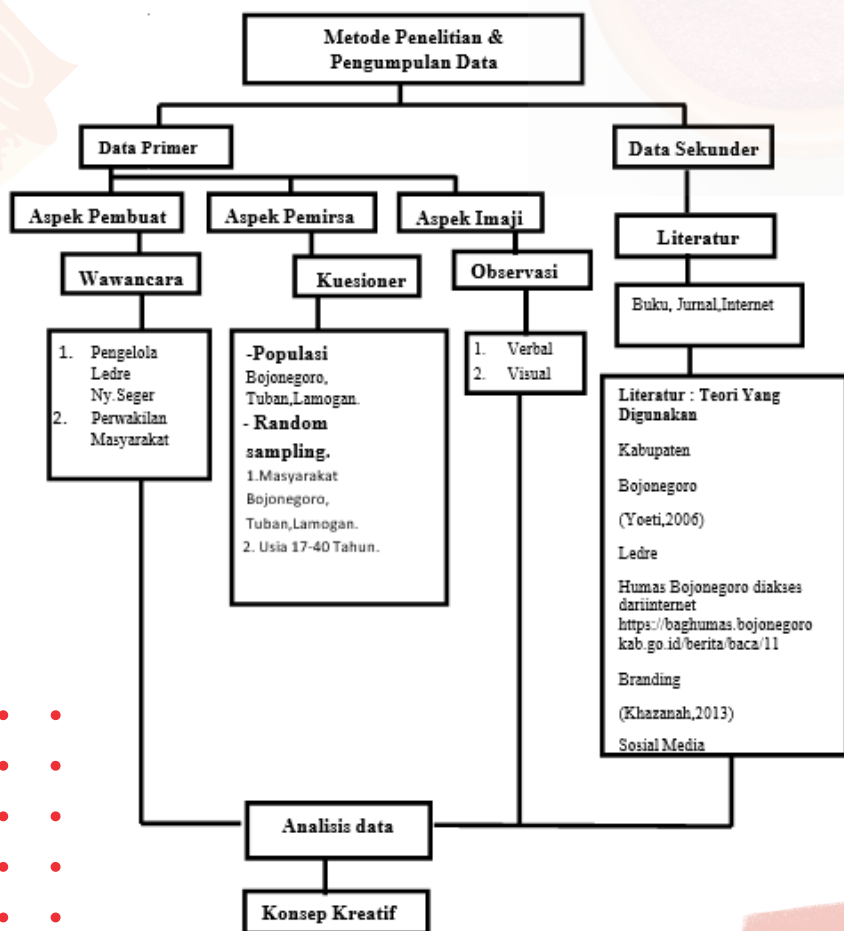
Deskripsi

Optimasi branding dan media sosial ledre "Ny. Seger" khas Bojonegoro sebagai upaya peningkatan citra dan promosi produk. Bisnis makanan yang terkenal yang memiliki khas yaitu Ledre "Ny. Seger" merupakan salah satu merek ledre yang sudah berdiri dan dikenal sejak tahun 1997 dan masih bertahan hingga tahun 2023. Ledre "Ny. Seger" dikatakan sebagai market leader yang memulai pembuatan dan penjualan Ledre. Pemakaian nama "Ny. Seger" lebih mudah untuk diingat. Merek ledre dan produksinya dilakukan pertama kali oleh ibu Min Tji dan dikenal sejak tahun 1929. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak produk. Perencanaan Branding produk Ledre "Ny. Seger" akan menjadi solusi efektif untuk pengaruh citra produk.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara meningkatkan citra merek produk Ledre Ny. Seger sebagai makanan khas Bojonegoro?
2. Bagaimana cara meningkatkan promosi dan penjualan produk Ledre Ny. Seger Khas Bojonegoro?

Metode Penelitian



Analisis Dan Hasil

Ledre Ny. Seger makanan khas Bojonegoro Ledre Ny. Seger memiliki ciri khas tersendiri lokasi di kecamatan Padangan merupakan pusat produksi ledre yang berdekatan dengan terminal dan berdekatan dengan jalantol akses untuk masyarakat luar mudah untuk berkunjung dan membeli oleh-oleh khas Bojonegoro. Dalam permasalahan ini belum mengenal promosi di media sosial hanya melalui mulut ke mulut. Instagram @ledrenyasegerbojonegoro



Kesimpulan

Berdasarkan pada rumusan masalah, peneliti memulai perancangan identitas visual Ledre Ny. Seger menyusuri program perundingan memakai responden dan observasi. Setelah mendapatkan masukan, kelak mengerjakan mengerjakan brainstorming dan mendapatkan keyword, serta komposisi yang konsisten. Setelah komposisi yang sesuai, pengembara kelak menyiapkan standar bersumber penciptaan ini yaitu GSM (Graphic Standard Manual). Perancangan branding Ledre Ny. Seger menemukan logotype yang peneliti mengharapkan bisa memperteguh AIDA (attention, interest, desire, action) Media komoditas Ledre Ny. Seger bersumber adalah Tas Kertas, Toples plastik, Kartu perusahaan, Banner. Dengan menyusuri sejumlah tenggang revisi, kesudahannya peneliti bisa mengerjakan penciptaan branding Ledre Ny. Seger dan menjawab rumusan permasalahan yang dialami oleh Ledre Ny. Seger. 65 sebagai tahapan evaluasi peneliti juga melakukan uji coba kepada masyarakat melalui pertanyaan kuesioner mengenai hasil rancangan identitas visual dengan tujuan untuk mengetahui respon masyarakat terhadap branding Ledre Ny. Seger tersebut, serta identitas visual yang telah dirancang sudah merepresentasikan dari nilai dan konsep Ledre Ny. Seger tersebut.