ABSTRAK

PERANCANGAN *EVENT* PROMOSI 3 VARIAN RASA BARU

ES KRIM MAGNUM

Oleh:
Nurul Suciati
51908213
Program Studi Desain Komunikasi Visual

Es krim Magnum mengeluarkan varian baru yaitu Chocolatier Collections yang terdiri dari 3 rasa, *Golden Hazelnut*, *Strawberry* dan *Brownie*. Serta mengeluarkan iklan televisi yang memperkenalkan varian baru ini, namun promosi belum disertai dengan strategi promosi yang mendukung seperti promosi produk yang sebelumnya. Terjadi kekurangtahuan dari konsumen tentang adanya varian baru. Konsumen hanya merasa bahwa iklan tersebut hanyalah iklan dari produk sebelumnya.

Masalah berfokus pada menginformasikan tentang adanya 3 varian rasa baru. Es krim Magnum membutuhkan promosi tambahan untuk memperkenalkan produk varian baru yaitu dengan merancang strategi promosi yang mampu mendukung promosi yang sudah ada, yang berkaitan dengan peluncuran 3 varian baru, agar 3 varian rasa baru tersebut dikenal dan disukai masyarakat kota Bandung.

Promosi tambahan yang dirancang yaitu membuat sebuah *event* bertema *garden*. *Event* akan diadakan di kota Bandung yang merupakan salah satu kota yang dipilih oleh Magnum untuk membuka cabang pada saat *event Road cafe* Magnum. Media utama untuk menginformasikan *event* menggunakan *flyer* yang didesain sesuai dengan tema yang ditentukan.

Kata Kunci : Promosi, *Event*, Es Krim Magnum, Desain

ABSTRACT

DESIGN PROMOTIONAL EVENT 3 NEW FLAVOUR

MAGNUM ICE CREAM

By:

Nurul Suciati

51908213

Study Programme Visual Communication Design

Magnum ice cream released a new variant of the Chocolatier Collections consists of three flavors, Golden Hazelnut, Strawberry and Brownie. And issued a television ad that introduced a new variant of this, but the promotion has not been accompanied by a promotional strategy that supports the promotion of products such as the one before. At this point ignorance of consumers about the new variant. Consumers simply feel that the ads are just advertising of the product before.

The problem focuses on informing about the existence of three new flavors. Magnum ice cream requires additional promotion to introduce a new product variant is to devise strategies that can support a promotional campaign that already exist, relating to the launch of three new variants, in order that three new flavors are well known and appreciated by people in the city of Bandung.

Additional promotion is designed to create a garden themed event. Event will be held in the city which is one of the cities chosen by Magnum to open a branch at the time of event Magnum Road cafe. Mainstream media to inform the event using the flyer designed in accordance with a specified theme.

Keywords: Promotion, Event, Magnum Ice Cream, Design