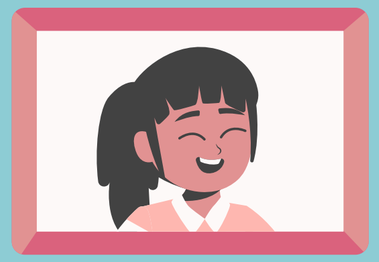
PROMOSI UMKM SEMBILAN TUJU



MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan promosi ini memberikan manfaat yang sistematis untuk memastikan iklan Kafe "Sembilan Tuju" sukses menjangkau target pasar dari kalangan generasi muda.







TUJUAN PEMBUATAN

1

Memperkenalkan Produk secara Efektif

2

Meningkatkan Daya Tarik Pemasaran



3

Membangun Hubungan dengan Konsumen

4

Memperluas Jangkauan Audiens di Media Sosial

IDENTITAS PROYEK

Nama: Ariqah Zalfa Al Farois
Kelas: XII DKV
Judul Proyek: Video Promosi UMKM Sembilan Tuju
Jenis Produk: Video promosi, video pendek, konten media sosial
Client/ Objek: Produk, tempat, talent
Target Audiens: Remaja usia 15-35





IDENTIFIKASI KEBUTUHAN KREATIF

A. IDE UTAMA

Kebutuhan kreatif Sembilan Tuju meliputi identitas visual yang casual dan energik, kemasan produk yang aesthetic, materi promosi digital serta papan menu yang informatif, serta gaya bahasa komunikasi yang akrab dan kekinian untuk menonjolkan keunikan menu utamanya.

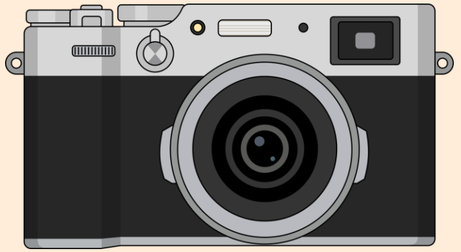
B. PESAN YANG DISAMPAIKAN

Mempromosikan produk bukan sekadar pengganjal lapar, tetapi teman nongkrong yang casual dan menyenangkan.

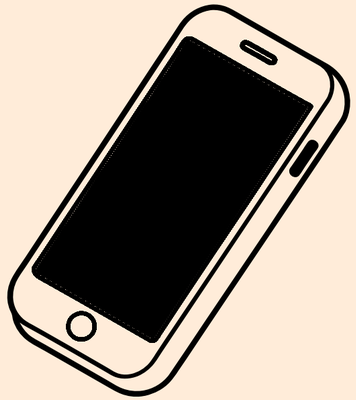
C. TARGET AUDIENS

Remaja yang menyukai tempat nongkrong di fasilitasi dengan vibes kartun.

PERALATAN PRODUKSI



Kamera DSLR
(Take Video)



Handphone
(Editing)

STRATEGI PENCARIAN ASSET

Asset visual utama berupa foto dan video produk (Fried pizza, french fries, dan minuman segar) serta suasana kafe diperoleh melalui dokumentasi mandiri langsung di lokasi Kafe "Sembilan Tuju". Sementara itu, asset audio berupa musik latar (backsound) dan sound effect dicari serta diunduh dari platform musik bebas royalti yang mengizinkan penggunaan komersial. Seluruh asset yang dipilih disesuaikan secara ketat dengan konsep visual estetis untuk generasi muda serta dipastikan tidak melanggar hak cipta.



LATAR BELAKANG

Sembilan Tuju berakar dari dinamika industri kuliner modern yang sangat digemari oleh kalangan muda, di mana makanan tidak hanya dinilai dari rasa, tetapi juga dari pengalaman dan estetika. Mengusung lini produk siap saji yang populer seperti burger, fried pizza yang unik, french fries, serta berbagai pilihan minuman segar, Sembilan Tuju hadir sebagai jawaban atas gaya hidup kuliner yang praktis, casual, dan kekinian. Namun, agar dapat bertahan dan menonjol di tengah ketatnya persaingan pasar food and beverage (F&B), usaha ini memerlukan fondasi jenama yang kuat. Oleh karena itu, karya dan materi komunikasi ini perlu dibuat untuk mengangkat identitas Sembilan Tuju dari sekedar tempat makan biasa menjadi sebuah jenama kuliner yang memiliki karakter visual dan emosional yang ikonik.



DOKUMENTASI









https://youtube.com/shorts/jvUKJkvbODg?si=e7OfBuIrsGNR_I3W



TERIMA KASIH