

INTISARI

Minuman tradisional *aia aka* yang merupakan minuman khas Sumatera Barat mengalami penurunan peminat akhir-akhir ini. Hal ini dibuktikan dengan berkurangnya penjual minuman tradisional *aia aka* di Sumatera Barat. *Aia Aka Amai* adalah salah satu pedagang minuman tradisional *aia aka* yang bertahan hingga sekarang. Namun keberadaan *Aia Aka Amai* tetap kalah jika dibandingkan dengan minuman lainnya seperti kopi, *thai tea*, *boba* dan minuman kekinian lainnya. Melihat masalah tersebut, perancang menemukan rumusan masalah yaitu bagaimana merancang media promosi *Aia Aka Amai* di Kota Padang.

Metode yang digunakan dalam media promosi *Aia Aka Amai* ini adalah S.W.O.T dan A.I.D.A. Selanjutnya penulis melakukan *brainstorming* untuk menentukan konsep yang tepat untuk perancangan media promosi *Aia Aka Amai*. Konsep yang digunakan adalah muda, natural, dan tradisional. Pada perancangan ini, media yang dihasilkan adalah media utama berupa bauran media, dan media pendukung. Media utama terdiri dari logo, kemasan, video promosi, dan konten sosial media.

Kata kunci: Media promosi, Minuman Tradisional, Aia Aka Amai, Muda, Natural

ABSTRACT

The demand for traditional beverage *aia aka*, a typical beverage of West Sumatra, has decreased lately. The phenomenon is evidenced by the decrease in the number of *aia aka* sellers in West Sumatra. *Aia Aka Amai* is one of the *aia aka* sellers who survived. However, *Aia Aka Amai*'s existence is still inferior to other drinks such as coffee, Thai tea, boba, and other beverages. Witnessing this problem, the author is interested in designing promotional media for Aia Aka Amai.

The method used in determining Aia Aka Amai's promotional media is SWOT analysis and AIDA approach. Next, the author brainstormed to select the right concept for designing Aia Aka Amai promotional media. The concepts for Aia Aka Amai promotional media are young, natural, and traditional. In this design, the media used are the main media in the form of a media mix and supporting media. The main media consists of logos, packaging, promotional videos, and social media content.

Keywords: Promotional media, Traditional Beverage, Aia Aka Amai, Young, Natural

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PERSYARATAN GELAR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
GLOSSARIUM	xviii
INTI SARI	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Rumusan Penciptaan	5
C. Tujuan Penciptaan dan Manfaat Penciptaan.....	5
1. Tujuan Penciptaan.....	5
2. Manfaat Penciptaan.....	6
D. Tinjauan Karya.....	6
E. Landasan Teori	17
F. Metode Penciptaan.....	33
1. Persiapan	33
2. Perancangan	39
3. Perwujudan.....	40
4. Penyajian Karya	43
BAB II. KONSEP DAN PROSES PENCIPTAAN	
A. Konsep Penciptaan	44

B. Proses Penciptaan	49
BAB III . HASIL DAN ANALISIS KARYA	
A. Hasil Karya.....	87
B. Analisis Karya	104
BAB IV. PENUTUP	
A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
SUMBER DARI INTERNET.....	111
DAFTAR INFORMAN.....	112
LAMPIRAN.....	113

