

Design Catalog Book

Perancangan Media Promosi
Untuk Merek Bakmi Ko Ahan
Dalam Meningkatkan Brand Awareness



Meliyani
00000057950

2025

A bowl of Bakmi Ko Ahan, a popular Nepalese street food, is shown in a rustic, dark-colored bowl. The dish consists of thick, wavy, golden-brown noodles coated in a rich, brown, spicy sauce. It is topped with small, golden-brown fried pieces, likely fried onions or potatoes, and garnished with finely chopped green onions. The bowl is placed on a light-colored, woven bamboo placemat. In the background, a wooden spoon and a whole onion are visible. The title "Bakmi Ko Ahan" is overlaid in a stylized, bubbly font with a white outline and a brown shadow. The bottom of the image features a decorative border of orange and yellow wavy lines.

Bakmi Ko Ahan

Daftar Isi

01

Pengantar Perancangan

- Tentang Bakmi Ko Ahan
- Masalah Perancangan
- Solusi Perancangan
- Mindmapping
- Big Idea dan Konsep
- Sketa

02

Elemen Perancangan

- Warna
- Tipografi
- Pendekatan AISAS
- Attention, Interest, search, action, share
- Mockup Media utama
- Mockup Media sekunder



Latar belakang



Bakmi Ko Ahan adalah salah satu merek bakmi yang berada di Gading Serpong dan telah berdiri sejak masa pandemi Covid-19 yaitu sejak tahun 2020, pada mula nya, bakmi ini terjual dalam bentuk frozen dan dioperasikan secara online yaitu melalui GoFood dan GrabFood

Pada saat ini mereka belum memiliki dine-in store, mereka beroperasi hanya di daerah perumahan Bellano, oleh karena itu aktivitas bisnis yang akan mereka lakukan selanjutnya adalah mendirikan atau menyediakan dine-in store yang dapat dikunjungi oleh konsumen secara langsung.

Aktivitas bisnis yang dilakukan Bakmi Ko Ahan ini bertujuan untuk memperluas target market dan meningkatkan penjualan mereka. Pendirian dine-in store ini juga dilakukan untuk meningkatkan brand awareness terhadap produk dan terhadap pembukaan grand opening kedepannya.

Masalah Perancangan

Terdapat penambahan aktivitas bisnis dari frozen food yang di jual secara online ke restoran fisik sehingga memerlukan media promosi untuk memperkenalkan merek atau produk menjelang didirikan dine in store

Diperlukannya perancangan media promosi menjelang dine in store sehingga konsumen dapat mengetahui informasi soft launching dan grand launching sebelum pergi ke lokasi langsung. Selain itu, Bakmi Ko Ahan membutuhkan visual yang mampu memperkuat identitas merek dan mengkomunikasikan informasi yang bersifat persuasi kepada konsumen melalui visual





Solusi Perancangan

Dari permasalahan yang terjadi, oleh karena itu dirancang sebuah solusi yaitu

“Perancangan Media Promosi Untuk Merek Bakmi Ko Ahan dalam Meningkatkan Brand Awareness”

Perancangan ini menggunakan tahapan proses perancangan promosi dari Robin Landa yang terdiri dari orientation, strategy, ideas, design, production, implementation.

Proses Perancangan



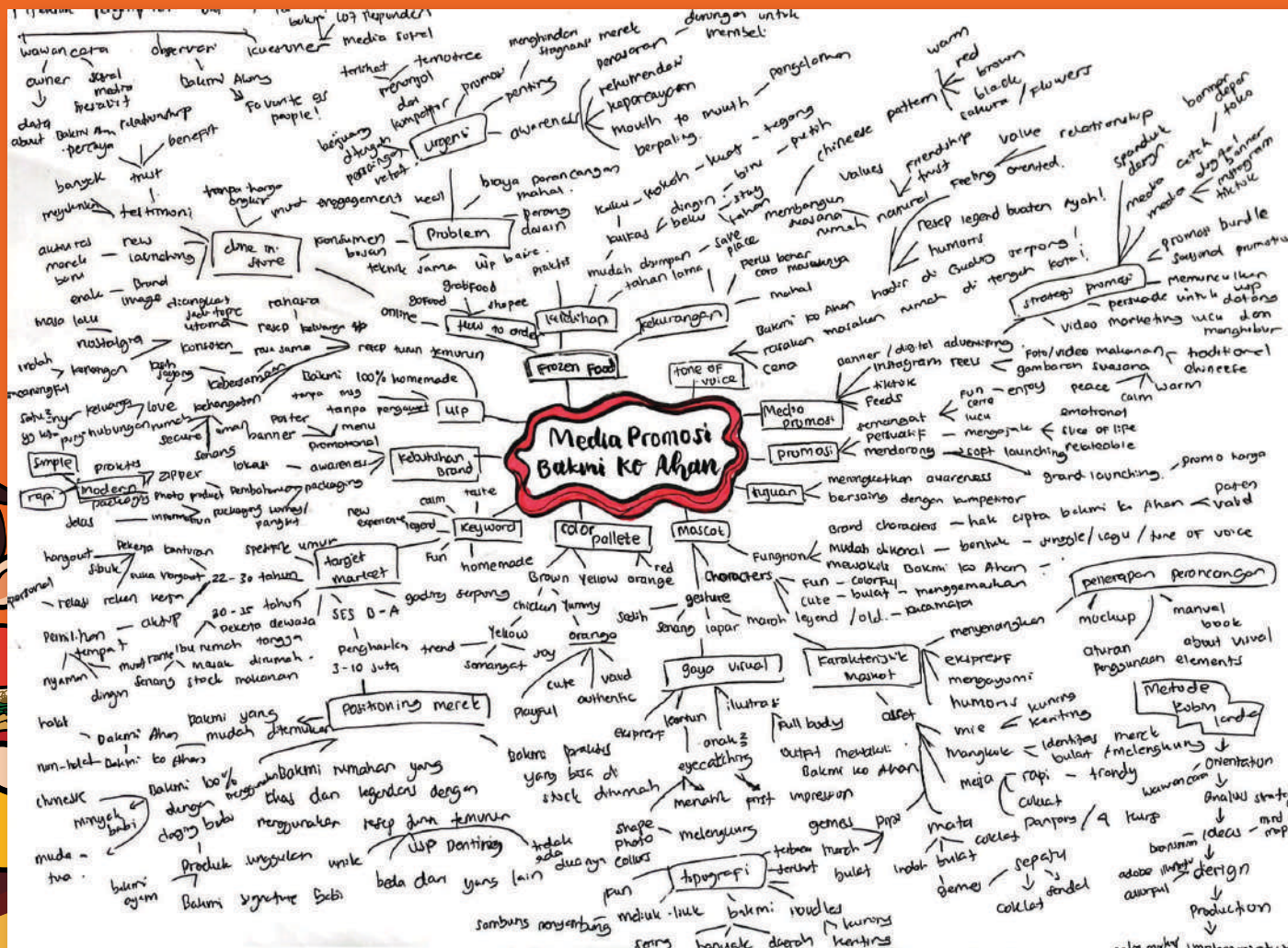
Konsep Perancangan

Visual yang dibuat menonjolkan karakter brand dari Bakmi Ko Ahan yang hangat, ceria, dan mewakili definisi dari papa yang penuh dengan kehangatan. Dalam visual dan konsep promosi akan menggunakan warna cerah seperti kuning, orange, merah, coklat. Dan terdapat warna hitam dan putih untuk warna tambahan atau percampuran warna.

Selain itu promosi juga menggambarkan suasana seperti di rumah. Namun konsep visual dalam perancangan juga menghighlight mengenai fun atau sedikit modern, sehingga perpaduan tersebut cocok untuk target market yaitu pekerja aktif berusia 22-30 tahun. Untuk foto produk akan bernuansa rumah dan suasana hangat, dan mengekspresikan kebahagiaan.



Proses Mindmapping



Dari Mindmapping yang dilakukan ditemukan keyword yaitu memorable, noodle, legend

Big Idea

Memorable, Noodle, Legend

“Noodle that keeps memories in every slurp”

Memorable

mengartikan sebuah memori yang tersimpan di dalam Bakmi Ko Ahan. Memori tersebut menjadi highlight karena latar belakang dari tercipta nya Bakmi Ko Ahan berasal dari masa lalu pemilik yang penuh dengan kenangan. Hal ini menjadi sesuatu yang menarik dan menjadi kunci dalam perancangan ini.

Noodle

Noodle atau mie menjadi salah satu kata kunci yang penting karena menyangkut mengenai produk yang ditawarkan ataupun yang dijual oleh Bakmi Ko Ahan.

Legend

Kata kunci Legend ini mengartikan mengenai cita rasa dari Bakmi Ko Ahan yang tidak pernah tergantikan dan tidak pernah berubah dari dulu hingga sekarang.



Referensi Fotografi





Color Pallette

warna yang digunakan adalah oranye sebagai warna utama. Warna oranye memiliki makna yaitu energi, kesenangan dan kehangatan

warna kuning memiliki warna yaitu optimisme, happiness and attention,

warna coklat memiliki warna natural, reliability, dan stability.

#f36f21	#f6eb16	#fdb618	#e6372d
#511a1f	#351a1b	#ffffff	#000000



Media Perancangan

Media Utama & Media Sekunder

Attention



Interest



Search, Action, Share



Search



Share



Action

Media Utama Spesifikasi

Instagram Post

Ukuran Postingan : 1080 x 1350 px
Ratio 4:5
28,6 cm x 35,8 cm



Media Utama Spesifikasi

Ukuran Postingan : 1080 x 1920 px
Ratio 9:16

Instagram Reels



Media Sekunder Spesifikasi

Banner

Ukuran Banner : 60 x 160 cm
Material : Flexi China



Ukuran Poster : 29,7 cm x 42 cm
Material cetak : Art Carton 260 gsm



Media Sekunder Spesifikasi

Signage

Ukuran Signage : 100 x 100 cm

Material cetak : PVC Board

Signage digunakan untuk menjadi petunjuk pada saat target ingin mencari letak lokasi Bakmi Ko Ahan.



Media Sekunder Spesifikasi

Ukuran Packaging Frozen : 16 x 25 cm
Material cetak : Plastick Zipper

Packaging terdiri dari 2 varian
dan terdapat 4 bentuk mie yang berbeda
sehingga packaging ini terdiri dari 4 desain

Packaging



Media Sekunder Spesifikasi

Voucher

Ukuran Voucher : 6 cm x 9 cm

Material Cetak : Art Carton 210 gsm

Voucher dapat digunakan sebagai hadiah atau bentuk apresiasi kepada pelanggan setia yang selalu membeli produk Bakmi Ko Ahan.



Media Sekunder Spesifikasi

Menu Design

Ukuran Menu: A3 , 42 X 29,7 Cm

Material Cetak : Hardcover Artboard



Media Sekunder Spesifikasi

Ukuran Template Stories : 1080 x 1920 px
Ratio : 9:16

Template stories



Media Sekunder Spesifikasi

Sticker sheet

Ukuran Sticker Sheet : 10,5 x 14,8 cm

Ukuran kertas : A6

Material cetak : Kertas Chromo (Glossy)

Sticker sheet digunakan sebagai media share sehingga semakin banyak target baru yang kenal dan mengetahui mengenai brand,



Media Sekunder Spesifikasi

Hampers

Ukuran Packaging Hampers : 30 x 25 cm

Material cetak : Box Kardus Lipat





Noodle that keeps memories in every slurp



Bakmi
Ko Ahan

