

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI RESTO KAMPOENG STEAK DENGAN MENGGUNAKAN KARAKTERISTIK SURABAYA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRAND LOYALTY*

Ananda Kurnia Mirani¹

(Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom. Pembimbing I, Thomas Hanandry D,
M.T. Pembimbing II)

¹Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, STIKOM

Resto Kampoeng Steak Surabaya (KS) adalah salah satu resto waralaba lokal yang berasal dari Surabaya. Usaha bisnis makanan ini tidak memperlihatkan suatu keunikan seperti karakteristik Surabaya. Padahal jika hal ini dilakukan, maka resto ini akan memiliki nilai lebih, terutama ketika membuka cabang di kota-kota besar di luar Surabaya. Kampoeng Steak akan memiliki nilai tambah berupa ciri khas sebagai usaha bisnis lokal yang berasal dari Surabaya. Meski Kampoeng Steak sudah memperlihatkan sedikit unsur-unsur yang khas Surabaya, tetapi masyarakat belum *aware* atau tidak terlalu peduli dengan hal tersebut. Penggambaran *image* Kampoeng Steak sebagai salah satu resto yang berasal dari Surabaya belum tersampaikan. Maka untuk menyampaikan karakteristik Kampoeng Steak harus dibuat suatu strategi pemasaran yang jitu. Sehingga *franchise* lokal seperti resto Kampoeng Steak tetap menjadi pilihan masyarakat di tengah maraknya persaingan bisnis kuliner baru yang juga menawarkan menu steak. Dari permasalahan tersebut, maka penelitian ini diarahkan untuk merancang media promosi resto Kampoeng Steak dengan menggunakan karakteristik Surabaya sebagai upaya meningkatkan *brand loyalty*. Sehingga Kampoeng Steak akan mempunyai identitas unik dan berbeda dengan memperkenalkan karakteristik Surabaya maka akan menjadi sebuah ingatan khusus bagi konsumen dalam membentuk suatu persepsi akan sebuah produk semakin dikenal masyarakat.

Kata Kunci : Perancangan, Promosi, Brand loyalty