

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KEMASAN DODOL USAHA  
“MAMAK KARI” KHAS DESA PENGLATAN, BULELENG**

**Oleh:**

**Kadek Ari Puspa Yani, NIM: 1902071016**

**Program Studi D-III Desain Komunikasi Visual**

**ABSTRAK**

Usaha dodol “Mamak Kari” merupakan usaha yang bergerak dibidang makanan tradisional. Usaha dodol “Mamak Kari” didirikan pada tanggal 24 Januari 2017 oleh Ibu Ketut Kari bersama suaminya Bapak Nyoman Ardita di Desa Penglatan Dauh Tukad, Kabupaten Buleleng, Kecamatan Buleleng, Singaraja, Bali. Usaha dodol “Mamak Kari” dalam mengemas produk yang dibuat masih menggunakan kemasan polos tanpa tanda pengenal atau identitas, untuk mengemas dodol yang sudah diikat per 1kg pada saat proses pengiriman dodol ke konsumen. Dari segi promosi yang dilakukan oleh Ibu Ketut Kari dan suaminya Bapak Nyoman Ardita sangat sederhana yaitu hanya mempromosikan usahanya dari mulut ke mulut para pelanggannya. Hal tersebut dikarenakan Ibu Ketut Kari belum pernah melakukan promosi apapun baik di media cetak maupun media sosial, bahkan tidak terdapat papan nama yang terpasang pada tempat usaha pembuatan dodol Ibu Ketut Kari.

Oleh karena itu, dalam laporan tugas akhir ini, penulis ingin membuat rancangan sebuah kemasan dan media promosi pendukung yang menarik untuk usaha dodol “Mamak Kari” supaya lebih menarik banyak konsumen dan mudah dikenali. Hasil yang diperoleh adalah media utama berupa kemasan box untuk mengemas dodol yang sudah diikat per 1kg pada saat proses pengiriman dodol ke konsumen, serta media pendukung yang lain berupa logo, kartu nama, papa nama, brosur, sosial media post (feed ig), stiker, dan tote bag.

**Kata Kunci:** Perancangan, Media Promosi, Kemasan

## **ABSTRACT**

*Dodol business "Mamak Kari" is a business engaged in traditional food. The dodol business "Mamak Kari" was founded on January 24, 2017 by Ms. Ketut Kari and her husband Mr. Nyoman Ardita in Penglaturan Dauh Tukad Village, Buleleng Regency, Buleleng District, Singaraja, Bali. The "Mamak Kari" dodol business in packaging products that are made still uses plain packaging without identification or identity, to package the dodol that has been tied per 1 kg during the process of sending dodol to consumers. In terms of promotions carried out by Mrs. Ketut Kari and her husband Mr. Nyoman Ardita, it is very simple, namely only promoting their business by word of mouth from their customers. This is because Ms. Ketut Kari has never done any promotions either in print or social media, and there is not even a nameplate installed at the place of Ms. Ketut Kari's dodol making business.*

*Therefore, in this final report, the author wants to design an attractive packaging and supporting promotional media for the "Mamak Kari" dodol business so that it will attract more consumers and be easily recognizable. The results obtained are the main media in the form of box packaging to package lunkhead that has been tied per 1 kg during the process of sending dodol to consumers, as well as other supporting media in the form of logos, business cards, nameplates, brochures, social media posts (IG feeds), stickers, and tote bags.*

**Keywords:** *Design, Promotional Media, Packaging*

