

ABSTRAKSI

Muhammad Fadel Ksatriavialy (43160143), Perancangan Iklan Cetak Ummi Bakery “Roti Untung”

Indonesia, roti merupakan makanan pokok sebagai pengganti nasi. Sejak diperkenalkannya roti oleh kolonial Belanda, perkembangan dan minat masyarakat Indonesia terhadap roti semakin pesat. Keseharian masyarakat Indonesia yang mengonsumsi roti secara rutin mendorong perkembangan pabrik dan toko roti di Indonesia yang semakin menjamur di berbagai wilayah. Ada yang berbentuk *bread shop*, dan ada yang berbentuk *bread supplier*. Ummi Bakery by Helen Chu dengan *brand*-nya Ummi Bakery adalah sebuah *bakery supplier* yang didirikan sejak tahun 2001 oleh ibu Helen Chu yang merupakan pemilik dari usaha ini, dan telah memiliki lebih dari 100 agen *reseller*. Dalam melakukan riset, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yang dilakukan dengan metode observasi, metode dokumentasi, menyebar kuesioner, dan wawancara langsung ke konsumen dan *owner* dari Ummi Bakery. Data dari hasil penelitian kualitatif yang sudah terkumpul kemudian dianalisa secara deskriptif dengan menggambarkannya kedalam bentuk laporan tugas akhir. Hasil penelitian yang dilakukan penulis menunjukan bahwa sebagian konsumen Ummi Bakery merupakan konsumen personal yang mana tidak sesuai dengan visi misi dari Ummi Bakery sebagai *bread supplier*. Maka dari itu, penulis ingin membangun *awareness* Ummi Bakery dengan konsep “roti untung” yang disampaikan dengan pendekatan rasional. Iklan ini diharapkan mampu membangun *awareness* Ummi Bakery sebagai *bread supplier* di mata umum.

Kata Kunci: Untung, Ummi Bakery. Roti, Supplier, Reseller, Iklan Cetak

ABSTRACT

Muhammad Fadel Ksatriavialy (43160143), *Designing the Ummi Bakery Print Advertisement "Lucky Bread"*

Indonesia, bread is staple food instead of rice. Since bread was introduced by Netherland colonial, developmant and people interest to bread increased rapidly. Indonesian's daily that consumed bread routinely pushes factories and bakeries development in Indonesia that increased more and more at various regions. Some are bread shop, and some are bread supplier. Ummi Bakery by Helen Chu with its brand Ummi Bakery is bakery supplier which established since 2001 by Helen Chu as owner of this company, and had more than hundreds of reseller agent. In purpose of research, the author uses qualitative research method with observation method, documentation method, distributing questioners, and direct interview to consumer and the owner of Ummi Bakery. Then, data results from qualitative research which has been collected is going analyzed descriptively by describing into research report. Results which is done by author shows some consumer of Ummi Bakery are personal consumer which means it's not in accordance with vision and mission of Ummi Bakery as a bread supplier. Therefore, the author wants to build awareness of Ummi Bakery with concept "lucky bread" and to convey with rasional approach. This ad is expected can build awareness of Ummi Bakery as bread supplier in people's perspective.

Keywords: Lucky, Ummi Bakery, Bread, Supplier, Reseller, Print Ads