

**PERANCANGAN PROMOSI RANDANG ONE SUNGAI PUA DALAM  
MEDIA BROSUR**

**JURNAL**



**Oleh:**

**HABBY ZAKKY  
NIM. 1205475/2012**

*Validasi Turnitin : 15 %*  
*Fauzan Aulia, S.Ds., M.Si*  
*NIDN : 201111198302*

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**JURNAL**

**PERANCANGAN PROMOSI RANDANG ONE SUNGAI PUA DALAM MEDIA  
BROSUR**

**HABBY ZAKKY**

Artikel ini disusun berdasarkan Karya Akhir Habby Zakky “ Perancangan Promosi Randang One Sungai Pua Dalam Media Brosur “ untuk persyaratan wisuda periode Maret 2018 dan telah diperiksa/ disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, Februari 2018

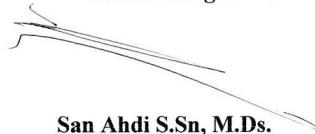
Disetujui oleh :

**Pembimbing I**



**Dra. Zubaidah, M. Sn.**  
NIP. 19570425.198602.2.001

**Pembimbing II**



**San Ahdi S.Sn, M.Ds.**  
NIP. 19791216.200812.1.004

**Mengetahui :**

**Ketua Jurusan Seni Rupa**



**Drs. Syafwan, M.Si**  
NIP: 19570101.198103.1.010

## PERANCANGAN PROMOSI RANDANG ONE SUNGAI PUA DALAM MEDIA BROSUR

Habby Zakky <sup>1</sup>, Dra. Zubaidah, M. Sn. <sup>2</sup>, San Ahdi S.Sn, M.Ds. <sup>3</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang  
Abyzacky08@gmail.com

### ABSTRAK

Perancangan brosur ini memaparkan tentang informasi produk dan layanan Randang One Sungai Pua, produk unggulan dari Randang One Sungai Pua diantaranya *Randang Dagiang*, *Randang Rabu* (Paru), *Randang Dendeng* dan *Randang Suir* (Randang yang dagingnya di pipih halus), serta beberapa layanan masakan *catering*, masakan akikah dan masakan adat. Tujuan rancangan brosur promosi ini adalah memberikan informasi tentang produk beserta layanan, agar lebih dikenal masyarakat dan wisatawan. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan mengadakan wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Sedangkan metode yang digunakan untuk menganalisa data adalah metode analisis SWOT (*Strenght*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*). Untuk memperkuat desain brosur dirancang berbagai media sebagai media pendukung berupa poster, *x-banner*, baju kaos, *totebag*, gantungan kunci, *sticker*, media sosial (*Instagram*), dan media sosial Gojek (*Gofood*).

**Kata Kunci :** Brosur, Promosi, Randang One, Sungai Pua.

### ABSTRACT

*The design of this brochure describes the information products and services Randang One Sungai Pua, excellent products from Randang One sungai Pua include Randang Dagiang, Randang Rabu (Paru), Randang Dendeng and Randang Suir (Randang the meat in smooth flat), as well as some catering cuisine services, akikah cuisine and traditional cuisine. The purpose of this promotional brochure design is to provide information about products and services, to be better known to the public and tourists. The method used in data gathering is by conducting interviews, observation, documentation, and literature study. While the method used to analyse data is SWOT analysis method (Strenght, Weakness, Opportunity, and Threat). To strengthen the design of the brochures are designed various media as a supporting medium of poster, x-banner, shirts, totebag, key-chains, stickers, social media (Instagram), and social media Gojek (Gofood).*

**Keywords :** Brosur, Promotion, Randang One, Sungai Pua.

---

<sup>1</sup>Mahasiswa penulis karya akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

<sup>2</sup>Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

<sup>3</sup>Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

## A. Pendahuluan

Sungai Pua adalah salah satu nagari yang sekaligus menjadi nama dari sebuah kecamatan, yaitu kecamatan Sungai Pua, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Nagari Sungai Pua terletak di kaki Gunung Marapi, sekitar 8 kilometer dari Kota Bukittinggi. Randang yaitu Masakan Berbahan daging yang menggunakan campuran bumbu dan rempah-rempah, yaitu santan, cabe, bawang merah, bawang putih, kunyit, lengkuas dan daun serai. Proses memasak randang memakan waktu berjam-jam (kurang lebih sekitar empat jam) hingga kering dan berwarna kehitaman. Dalam suhu ruangan randang dapat bertahan hingga berminggu-minggu.

Randang One Sungai Pua ialah produsen Industri rumahan yang bergerak di bidang kuliner tradisional. Untuk masakan Randang terdiri dari empat macam yaitu, randang daging (rendang daging), randang rabu (rendang paru), randang dendeng dan randang suir (rendang yang dagingnya dipipih-pipih halus). Keempat jenis randang tersebut menjadi masakan unggulan dari rumah industri Randang One Sungai Pua. Randang one Sungai Pua juga menerimanya pesanan masakan adat, buat *Baralek Perkawinan* (pesta pernikahan), *Khatam Kaji* ( Khatam Al-Quran). *Baralek Gadang Tangak Panghulu* (pesta pentasbihan pemimpin adat), Akikah, Hari Raya dan lain sebagainya.

Nur'aini atau One sebagaimana dipanggil sehari-hari di lingkungannya. Beliau menjadi salah satu peracik masakan adat tradisi dan terus berkontribusi mempertahankan budaya tersebut hingga kini. Di usia beliau yang ke 79 tahun,

sekarang peran One lebih banyak dimainkan oleh Emiwati (anak) dan Harly (cucu). Meskipun sudah di jalani oleh anak cucunya, beliau masih tetap berperan menjadi pengawal kualitas rasa yang utama. Randang One Sungai Pua bisa di sebut usaha keluarga, dikarenakan yang menjalankan usahan ini hanya anggota keluarga saja.

Produsen Randang One Sungai Pua juga bisa melayani masyarakat yang menginginkan randang dengan sistem *online*. Namun masih ada kelemahan pada hal ini, media internet yaitu *website* yang dibuat masih dirasa kurang efektif, karena tidak semua masyarakat mampu mengakses dan menggunakan media internet. Dikarenakan menurut *Owner* Randang One Sungai Pua penjualan randang masih didominasi oleh pesanan dari pelanggan yang mendapatkan informasi dari mulut ke mulut.

Keberadaan Randang One Sungai Pua belum dikenal oleh masyarakat luas maupun wisatawan yang berkunjung ke kota Bukittinggi, karena belum ada sosialisasi yang masif dapat memberikan informasi tentang keberadaan dan produk Randang One Sungai Pua. Penyebabnya yaitu masih kurangnya promosi pengenalan produk Randang One Sungai Pua. Untuk itu diperlukan sebuah media untuk mempromosikan. Sekalian memperkenalkan kekhasan Randang One. Media yang digunakan yaitu berupa media cetak yaitu brosur dianggap bisa membantu menyampaikan informasi tentang produk Randang One Sungai Pua.

Brosur memungkinkan masyarakat dapat memperoleh informasi serta memberikan daya tarik, sebab brosur bisa di simpan dan bisa di baca kapan saja. Konsep utama media ini dirancang agar Randang One Sungai Pua lebih di kenal kalangan masyarakat luas. Kelebihan pada brosur ialah sederhana dan dapat menjelaskan tentang produk yang di tawarkan Randang One Sungai Pua. Karena brosur bersifat *repeatable*, dapat dibaca berulang kali dan membuat *Target Audience* mengerti isi dari informasi promosi dengan analisa yang lebih mendalam.

Brosur memiliki nilai atau manfaat yang besar dalam periklanan, pembuatan brosur harus dapat merincikan produk yang akan dijual. Brosur sebagai alat komunikasi standar dalam membangun kesadaran tentang adanya informasi, pengetahuan dan keinginan untuk membeli produk. Adapun gaya desain, yang penting apa yang tertuang dalam brosur haruslah mengikuti gambaran klien, sehingga sesuai dengan tujuan mereka, baik secara visual maupun isinya (Yulianti 2008:3).

Dalam perancangan sebuah brosur, brosur harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Pernyataan pesannya singkat dan selalu tunggal.
- b. Dibuat dengan tujuan untuk menginformasikan atau memberi pengetahuan atau membujuk atau mempengaruhi khalayak untuk membeli atau mengadopsi pesan yang disampaikan.
- c. Brosur harus bisa menarik dan merebut perhatian target pasar.
- d. Memiliki sistem distribusi sendiri yang bukan merupakan bagian dari media lainnya.

- e. Menggunakan bahasa dan desain yang menarik.

## 1. Fungsi Brosur

Adapun fungsi brosur yang penulis dapatkan dari (<http://googleblogues.blogspot.co.id/2014/12/media-cetak-brosur.html>) Diakses 18 Mei 2017

- a. Fungsi Informatif

Brosur digunakan untuk menginformasikan kepada pelanggan potensial berkaitan dengan perusahaan. Informasi ini berkaitan dengan presentasi perusahaan, produk atau layanan yang di tawarkan perusahaan, atau perubahan terbaru dalam nama perusahaan dan lain-lain.

- b. Fungsi Iklan

Brosur penting sebagai alat iklan atau promosi yang menarik dan memungkinkan untuk mempromosikan satu atau lebih produk atau jasa.

- c. Fungsi Identifikasi

Desain brosur yang baik memungkinkan untuk mempertahankan kriteria perusahaan. Jika kriteria ini disatukan dalam semua jenis brosur, itu akan membuat perusahaan mudah diidentifikasi. Hal ini penting untuk brosur tidak hanya memiliki konsep tetapi juga memiliki logo.

- d. Fungsi dari sebuah brosur sebagai media promosi

Brosur adalah media promosi iklan gratis tanpa daftar yang bagus untuk konsumen mengetahui kelebihan produk atau *product knowledge*. Dengan brosur akan lebih mudah konsumen memahami kelebihan produk yang ditawarkan, untuk itu dalam membuat brosur dengan se jelas mungkin tentang produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.

## 2. Tujuan Brosur

Brosur sendiri adalah suatu media yang memberikan informasi untuk masyarakat berupa gambar dan tulisan. Dan brosur bertujuan untuk memberi penjelasan tentang produk, karena adanya keterbatasan media lain dalam menyampaikan atau waktu yang begitu singkat, sehingga belum tentu dimengerti oleh calon konsumen, untuk itu dibutuhkan brosur untuk menjelaskan produk beserta layanan yang di tawarkan. Brosur dapat dibagikan kepada khalayak ramai dalam sebuah *even* promosi, baik itu didalam ruangan maupun diluar ruangan

Dalam mempromosikan Randang One Sungai Pua nantinya brosur akan disebarakan atau diberikan kepada wisatawan maupun calon pembeli dengan cara meberikan brosur kepada konsumen di rumah produksi dan toko-toko yang menjual produk Randang One Sungai Pua, ataupun dengan membuka *stand* promosi di tempat keramaian dan membagikan kepada masyarakat maupun wisatawan yang berkunjung ke kota Bukittinggi.

### **B. Metode Perancangan**

Teknik pengumpulan data dalam perancangan promosi Randang One Sungai Pua dalam media brosur adalah dengan melakukan observasi atau melakukan pengamatan langsung ke industri rumahan Randang One Sungai Pua pada tanggal 30 Januari 2017. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data-data akurat tentang produk Randang One Sungai Pua.

Wawancara juga digunakan dalam teknik pengumpulan data dengan bertanya langsung kepada owner Randang One Sungai Pua, ibuk Harly,



penerus generasi ketiga. Wawancara dilakukan saat observasi pada tanggal 30 Januari 2017 untuk mempertegas dan menambah referensi untuk penulisan proposal, dan teknik pengumpulan data berikutnya adalah dokumentasi dan studi pustaka dengan melakukan pencarian referensi, maupun bahan-bahan teori yang di butuhkan dari bermacam-macam sumber yang berkaitan dengan penyusunan proposal promosi produk dalam media brosur.

Metode analisis data juga diperlukan dalam perancangan promosi Randang One Sungai Pua dalam media brosur, analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT (*Strength, weakness, opportunity, threat*). Analisis SWOT dapat dijadikan metode dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang akan menentukan konsep dasar dalam perancangan promosi ini, yaitu :

### **1. Faktor *Internal***

Faktor *internal* merupakan hal-hal yang berhubungan dengan Randang One Sungai Pua yang berasal dari dalam industri rumahan itu sendiri, yakni:

#### **a. *Strenght* (kekuatan)**

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, dapat di simpulkan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh Randang One Sungai Pua ialah :

- 1) Randang One Sungai Pua ialah industri rumahan yang memproduksi rendang dengan cita rasa yang di pertahankan sejak tahun 1980, yang di racik oleh Nur'aini atau One.

- 2) Randang One Sungai Pua mengutamakan pelayanan yang ramah dan nyaman kepada konsumennya.
- 3) Memiliki tempat yang permanen.
- 4) Randang One Sungai Pua juga melayani pesanan berupa catering.

**b. Weakness (kelemahan)**

Beberapa kendala yang dialami oleh Randang One Sungai Pua dan masih harus di perbaiki kedepannya :

- 1) Belum adanya promosi secara langsung terhadap produk Randang One Sungai Pua, agar masyarakat luas maupun wisatawan yang berkunjung ke kota Bukittinggi mengetahui tentang produk Randang One Sungai Pua.
- 2) Masih sekedar informasi dari mulut ke mulut tentang keberadaan produk Randang One Sungai Pua.

**2. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal adalah hal-hal yang berkaitan dengan peluang dan ancaman yang berasal dari luar dan berpengaruh terhadap peancangan promosi Randang One Sungai Pua, ialah :

**a. Opportunity (peluang)**

Randang One Sungai Pua sangat berpeluang untuk menjadi pilihan masyarakat ataupun wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat khususnya di kota Bukittingg, karena selain mengunjungi objek wisata di Bukittinggi, kota ini juga terkenal akan wisata kulinernya.

Randang One Sungai Pua bisa menjadi salah satu pilihan untuk pilihan kuliner ataupun oleh-oleh. Hal ini dikarenakan karena pelayanannya yang ramah dan nyaman terhadap konsumen yang berkunjung ke Randang One Sungai Pua.

**b. *Threat* (ancaman)**

Mulai berkembangnya industri rumahan dengan produk yang sama, menjadi ancaman tersendiri terhadap Randang One Sungai Pua. Karena belum adanya promosi yang dilakukan kepada masyarakat dan wisatawan, khususnya yang berkunjung ke kota Bukittinggi, agar lebih mengetahui tentang produk Randang

Perancangan promosi Randang One Sungai Pua dalam media brosur akan menampilkan ilustrasi terpilih berupa foto produk unggulan randang yang tersedia dan juga dilengkapi berbagai macam informasi dan harga yang ditawarkan dengan harapan informasi dan pesan yang disampaikan tersebut dapat dipahami oleh *target audience*.

**C. Pembahasan**

**1. Konsep Media**

**a. Tujuan Media**

Media adalah betuk dari komunikasi yang digunakan dalam penyampaian informasi agar lebih efektif dan efisien, serta dapat mencapai targer *audience* yang dituju.

### 1) **Jangkauan**

Jangkauan untuk perancangan promosi Randang One Sungai Pua ini diharapkan dapat menjangkau target audience yaitu masyarakat dan wisatawan yang berada di kota Bukittinggi.

### 2) **Frekuensi**

Pada saat ini belum ada usaha promosi produk Randang One Sungai Pua secara langsung, dikarenakan masih banyak masyarakat luas yang belum mengenal Randang One Sungai Pua, Oleh karena itu, brosur ini nantinya diharapkan dapat menjadi salah satu media promosi bagi masyarakat luas dan wisatawan.

### 3) **Kesinambungan**

Perancangan promosi Randang One Sungai Pua dalam media brosur ini dapat digunakan dengan waktu panjang, dalam artian brosur dapat dicetak atau diperbanyak sesuai kebutuhan.

## 2. **Strategi Media**

### a. **Target Audience**

Menentukan target *audience* adalah salah satu tahapan yang paling penting dalam menyampaikan informasi. Identifikasi dilakukan untuk menentukan target *audience* yang ingin di capai, dengan kata lain melakukan pembagian dalam membidik target *audience*

#### 1) Segmentasi Geografis

Wilayah penyampaian informasi yang dilakukan secara umum diperuntukkan untuk wilayah kota bukittinggi dan sekitarnya.

#### 2) Segmentasi Demografis

- a. Jenis kelamin : perempuan dan laki laki
- b. Usia : 15 - 75 tahun
- c. Kelas Sosial : semua kalangan

#### 3) Segmentasi Psikografis

Pada aspek psikografis, target *audience* yang dicapai adalah masyarakat atau wisatawan yang masakan rendang. Bisa menjadikan Rendang One Sungai Pua sebagai pilihan.

#### 4) Segmentasi Manfaat

Tujuan perancangan ini untuk mempromosikan Rendang One Sungai Pua agar di kenal masyarakat dan wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat, khususnya kota Bukittinggi.

### 3. Panduan Media

Panduan media atau pemilihan media-media memerlukan banyak pertimbangan dalam suatu kegiatan promosi.

#### a. Media Utama (Brosur)

Media utama dalam perancangan ini adalah media komunikasi berupa brosur dalam bentuk media brosur. Promosi ini nantinya

berguna agar masyarakat dapat memahami informasi tentang Randang One Sungai Pua dengan lebih mudah dipahami.

#### **b. Media Pendukung**

Selain brosur sebagai media utamanya, pada perancangan ini juga dibuat media pendukung. Tujuannya adalah untuk mendukung media utama dalam perancangan promosi ini seperti :

##### **1) Poster**

Poster merupakan media luar ruang yang sering digunakan dan mudah ditemui dimana dan kapan saja.

##### **2) *X-Banner***

*Banner* merupakan sebuah media promosi yang di cetak dan di pasang pada dudukannya yang biasanya berbentuk huruf X sehingga lebih dikenal dengan nama *X-banner*.

##### **3) Baju**

Baju adalah medium standar yang sudah pasti dipilih dalam melakukan promosi. Bentuk paling sederhana dari baju promosi adalah, pemuatan logo Randang One Sungai Pua beserta Tagline.

##### **4) *Totebag***

Tas kain yang ringan bisa digunakan saat kegiatan-kegiatan santai. Dengan ukuran yang ditentukan nantinya, membantu kebutuhan target saat membawa barang-barang dan sekaligus berkampanye yang bertemakan sesuai objek pada sisi depan tas.

##### **5) *Gantungan kunci***

Promosi melalui gantungan kunci merupakan media penunjang yang cukup efektif karna penempatan dan memiliki fungsi yang banyak

#### **6) *Sticer***

Media promosi yang sangat ampuh untuk mempromosikan produk, karena dianggap mudah dan bisa ditempelkan pada apa saja.

#### **7) Media Sosial (*Instagram*)**

Media yang berupa aplikasi yang kerap digunakan oleh kalangan masyarakat sekarang ini dapat dijadikan media penunjang promosi yang berisi informasi produk Randang One Sungai Pua. agar cepat tersampaikan kepada masyarakat luas.

#### **8) Media Sosial Gojek (*Gofood*)**

Media Sosial yang aplikasinya sangat cocok untuk mejadi media penunjang buat promosi, kerap digunakan oleh kalangan masyarakat sekarang ini tepatnya di bidang kuliner, dapat dijadikan media promosi yang berisi informasi produk Randang One Sungai Pua. agar cepat tersampaikan kepada masyarakat luas.

### **4. Program Kreatif**

#### **1. Tujuan Kreatif**

Merancang sebuah media brosur yang bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada target audience secara lengkap,

komunikatif dan menarik sehingga pesan dapat tersampaikan dengan mudah kepada masyarakat

## **2. Strategi Kreatif**

Perancangan dibuat konseptual, menarik dan komunikatif. Brosur promosi dirancang dengan menggabungkan ilustrasi, tipografi dan warna sebagai pendukung pesan yang disampaikan untuk mencapai tujuan.

## **3. Pesan Verbal**

Pesan yang disampaikan dalam desain berupa tagline yaitu “Dari Pedalaman Minang Untuk Nusantara” untuk mengajak publik untuk mengetahui produk Randang One Sungai Pua.

Pada perancangan promosi ini, pesan verbal yang disampaikan dalam sebuah media brosur yang mempromosikan Randang One Sungai Pua sehingga dapat memberikan informasi kepada masyarakat.

## **4. Pesan Visual**

Pesan visual adalah foto produk Randang One Sungai Pua dan tampilan layout. Pada penempatan gambar produk beserta layanan yang di sediakan Randang One Sungai Pua di desain dengan menarik, sehingga dari tampilan visual dapat dengan mudah dipahami oleh pambacanya.



## 5. Strategi Visual

Dalam perancangan ini bentuk verbal dan bentuk visual sama-sama berprioritas dalam segi tampilan. Adapun langkah strategi visual sebagai berikut:

### 1) Pemilihan Foto Pada Desain

Foto adalah sebuah visual yang memperjelas media ini dalam pengaplikasiannya, dengan menampilkan hasil foto-foto produk yang disusun dan didesain sedemikian rupa menjadi pendekatan yang menarik minat masyarakat.

### 2) Penggunaan Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam perancangan promosi ini adalah bahasa Indonesia yang persuasif dan komunikatif.

### 3) Pengaturan *Layout*

Pengaturan *layout* dan pembagian tata letak pada perancangan ini adalah berupa penyusunan *teks* (kata-kata), foto atau gambar.

### 4) Penggunaan *Font*

Penggunaan *font* pada perancangan brosur ialah Ever After dan Calisto Mt, *font* Ever After digunakan pada logo Randang One Sungai Pua, sedangkan Calisto Mt di sunakan pada brosur promosi Randang One Sungai Pua dikarenakan *font* tersebut mudah untuk dibaca.

## 5) Teknik

Teknik yang dipakai dalam proses perancangan adalah menggunakan teknik komputer dengan *software Photoshop, Illustrator* dan *Corel Draw*.

### a. Media Utama (Brosur)



Brosur

### b. Media Pendukung



Poster



X-banner



Baju Kaos



Totebag



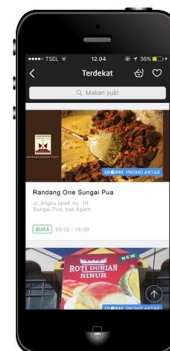
Gantungan Kunci



Sticker



Media Sosial Instagram



Media Sosial Gojek (Gofood)

#### **D. Kesimpulan dan saran**

Berdasarkan hasil perancangan *brosur* promosi Randang One Sungai Pua, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Perancangan *brosur* sebagai media promosi yang memaparkan informasi produk Randang One Sungai Pua mulai dari bermacam-macam produk dengan harganya serta layanan yang di sediakan. Sehingga dapat menarik minat wisatawan maupun masyarakat untuk membeli produk atau mencoba layanan Randang One Sungai Pua.
2. Penataan *layout brosur* promosi Randang One Sungai Pua menggunakan unsur-unsur desain yang meliputi warna, bentuk, ilustrasi, dan tipografi menghasilkan perancangan yang memiliki kesatuan, keseimbangan, iraman, dan tekanan.
3. Proses perancangan ini, penulis memulai dari pengumpulan data, observasi, wawancara dan dokumentasi. Sehingga masalah yang terjadi dapat diketahui, kemudia dari hasil identifikasi tersebut dapat di analisis dengan menggunakan teori analisis SWOT.

Dari kesimpulan di atas, maka dapat disarankan kepada beberapa pihak diantaranya adalah kepada:

1. Diharapkan dalam perancangan *brosur* promosi Randang One Sungai Pua ini dapat membantu dalam mempromosikan lebih luas lagi mengenai produk-produk beserta layanan dari Randang One Sungai Pua, sehingga dapat berdampak positif bagi produsen Randang One Sungai Pua dalam

bentuk penjualan maupun pesanan dari layan yang di sediakan oleh Randang One Sungai Pua.

2. Rancangan *brosur* promosi Randang One Sungai Pua dapat memberikan dampak yang positif terhadap produsen Randang One Sungai Pua dan manfaat, sehingga tujuan atau hasil yang diharapkan dapat tercapai.

### **Daftar Rujukan**

Yulianti, Ana. 2008. *Bekerja sebagai desainer grafis*. Jakarta : Esensi erlangga group

<http://googleblogues.blogspot.co.id/2014/12/media-cetak-brosur.html>

( diakses 18 Mei 2017 )