

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN DESAIN STAN PAMERAN GUNA PENGENALAN
LIMUN ORIENTAL CAP NYONYA PEKALONGAN



PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG

2024

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN DESAIN STAN PAMERAN GUNA PENGENALAN
LIMUN ORIENTAL CAP NYONYA PEKALONGAN

Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



ALESSANDRO VASSEL

20.L1.0019

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG

2024

ABSTRAK

Kota Pekalongan memiliki banyak makanan dan minuman khas, salah satunya adalah Limun Oriental Cap Nyonya. Merek ini didirikan oleh Njoo Giok Lien pada tahun 1920 di Kedungwuni, Pekalongan. Minuman ini adalah minuman berasa yang memiliki kandungan karbonasi. Resep minuman ini asli dipelajari dari resep Belanda dan dibuat dengan menggunakan alat konvensional hingga saat ini, menjadikannya salah satu minuman ikonik yang berasal dari Pekalongan yang harus dilestarikan. Dikarenakan kurangnya strategi promosi yang dilakukan saat ini, minuman ini kurang dikenal oleh masyarakat luas khususnya anak muda di luar kota Pekalongan. Maka dari itu dalam perancangan ini, perancang membuat strategi promosi berupa pembuatan stan pameran interaktif yang diadakan di kota Yogyakarta. Pameran ini berisi penjelasan sejarah dari terbentuknya minuman ini, *workshop* pembuatan minuman yang menggunakan alat konvensional, *bar*, *photobooth*, *merchandise store*, dan *mini game* berhadiah.

Kata kunci: Limun Oriental, Pekalongan, stan pameran, pameran interaktif.

ABSTRACT

Pekalongan has many specialty foods and drinks, one of them is Cap Nyonya Oriental Lemonade. The brand was founded by Njoo Giok Lien in 1920 in Kedungwuni, Pekalongan. This drink is a flavored drink that contains carbonation. The original recipe was learned from a Dutch recipe and made using conventional tools to this day, making it one of the iconic drinks originating from Pekalongan that must be preserved. Due to the lack of promotional strategies carried out at this time, this drink is not well known by the wider community, especially young people outside the city of Pekalongan. Therefore, in this design, the designer makes a promotional strategy in the form of making an interactive exhibition booth held in the city of Yogyakarta. This exhibition contains an explanation of the history of the formation of this drink, a workshop for making drinks using conventional tools, a bar, a photo booth, a merchandise store, and mini games with prizes.

Keywords: Oriental Lemonade, Pekalongan, exhibition booth, interactive exhibition.