

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian**

Media promosi adalah suatu alat untuk mengomunikasikan pesan berupa informasi tentang produk, dan jasa kepada masyarakat luas. Media promosi terdiri dari media cetak, elektronik, dan luar ruang. Dengan seiringnya perkembangan zaman, media promosi menjadi media yang tepat dalam kegiatan promosi dibidang ilmu pendidikan, kesehatan, sosial, pariwisata dan kuliner.

Kuliner di Indonesia merupakan salah satu kegiatan yang diminati oleh banyak masyarakat Indonesia pada umumnya. Maka dari itu media promosi sangatlah penting dalam kegiatan promosi kuliner di Indonesia. Dari sekian banyak kuliner yang ada di Indonesia, terdapat perbedaan kuliner pada setiap kota di Indonesia. Yang menciri khasan dari kuliner disetiap kota tersebut adalah oleh-oleh yang merupakan cinderamata atau buah tangan yang biasa dibawakan oleh seseorang yang telah bepergian dari kota tersebut. Dengan demikian media promosi sangat diperlukan dalam kegiatan berpromosi untuk memberikan informasi yang jelas tentang oleh-oleh di Indonesia.

Akan tetapi, tidak semua tempat oleh-oleh di Indonesia memiliki media promosi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dalam mencari informasi. Sesuai dengan penjelasan diatas, kota Depok merupakan salah satu kota di Indonesia telah memiliki oleh-oleh berupa kuliner akan tetapi belum memiliki media promosi yang tepat untuk sasarannya. Agar pesan promosi tersebut dapat sampai kepada masyarakat luas, perlu adanya media promosi yang tepat dalam melakukan promosi oleh-oleh tersebut. Media promosi yang cukup efektif untuk mempromosikan oleh-oleh kota Depok adalah *website* dan brosur, karena media tersebut belum diefektifkan sebagai media promosi tetap oleh produk oleh-oleh kota Depok, dan dapat menjangkau masyarakat secara luas dengan biaya yang

relatif murah. Selain itu oleh-oleh kota Depok belum memiliki katalog oleh-oleh khas kota Depok, katalog merupakan media promosi yang terbilang efektif dalam menyampaikan pesan promosi suatu produk.

*Website* adalah media berupa kumpulan halaman *web* yang saling terhubung dengan file yang saling terkait. Web terdiri dari *page* atau halaman, dan kumpulan halaman yang dinamakan *home page*. *Website* awalnya merupakan suatu layanan sajian informasi yang menggunakan konsep *hyperlink*, yang mempermudah pengguna internet dalam melakukan penelusuran informasi di internet. Informasi yang disajikan dengan *website* menggunakan konsep multimedia. Yang dimaksud dengan penyajian informasi secara multimedia adalah dengan menggunakan banyak media seperti : teks, gambar, animasi, suara, dan film.

Brosur adalah media berupa selebaran berlipat informasi yang cukup lengkap sebagai perwakilan informasi suatu produk. Informasi dalam brosur ditulis dalam bahasa yang ringkas, dan dimaksudkan mudah dipahami dalam waktu singkat. Brosur juga didesain agar menarik perhatian, dan dicetak di atas kertas yang baik dalam usaha membangun citra yang baik terhadap layanan atau produk tersebut.

Katalog adalah media berupa *booklet*, yang bersifat sebagai daftar informasi, dan menginformasikan berbagai macam hal dalam topik tertentu. Media promosi ini biasanya memuat informasi yang cukup lengkap. Katalog sangat tepat digunakan untuk mempromosikan produk dengan jumlah banyak dengan penjelasan spesifikasi dan gambar masing-masing produk. Katalog akan memudahkan masyarakat untuk bisa memilih sendiri produk mana yang sesuai dengan keinginan dengan anggaran biayanya. Terkadang produk-produk yang ditampilkan pada katalog disertai juga dengan info diskon agar lebih menarik calon konsumen.

Media-media tersebut digunakan berdasarkan media pendekatan yang tepat sasaran dalam mempromosikan suatu produk oleh-oleh. Dengan demikian, diharapkan kota Depok dapat lebih berpotensi dalam perkembangan wisatanya.

## **1.2 Latar Belakang Masalah**

Kota Depok merupakan kota yang sedang mengalami perkembangan dengan pesat, hal tersebut ditandai dengan meningkatnya imigran pada kota ini. Hal tersebut tidak membuat para masyarakat khawatir dengan pekerjaan yang mereka miliki. Sebagian besar, masyarakat muda di kota Depok lebih memilih meraup uang dengan berwirausaha. Wirausaha yang dilakukan, kebanyakan merupakan bentuk partisipasi masyarakat yang ingin ikut meramaikan pasar pariwisata dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada di Kota Depok. Salah satu sumber daya yang berkembang di Kota Depok adalah Belimbing Dewa.

Kota Depok sendiri telah mengangkat belimbing dewa sebagai ikon kota tersebut sejak lima tahun belakangan ini. Melalui Dinas Pasar, Koperasi dan UKM Kota Depok, banyak masyarakat yang merespon baik, dan mau berpartisipasi kedalamnya untuk memulai usaha makanan olahan dari budidaya Belimbing Dewa sebagai oleh-oleh bagi masyarakat yang telah berkunjung ke Kota Depok. Dari sebuah belimbing dewa dapat dijadikan beberapa olahan makanan yaitu : dodol belimbing, jus belimbing, sirup belimbing, dan manisan belimbing.

Semakin kesini, semakin banyak masyarakat yang bergabung dengan Koperasi UKM, mereka bergabung untuk ikut memajukan usaha makanan olahan tersebut. Dari sekian banyaknya usaha UKM yang ada, ada beberapa usaha yang telah jatuh bangun, hal tersebut terjadi karena kurangnya promosi yang dilakukan kepada masyarakat luas. Hingga saat ini sebagian UKM telah melakukan kegiatan promosi, yaitu dengan menggunakan media website, brosur dan kartu nama.

Dengan seiringnya perkembangan UKM di kota Depok, para pemilik usaha oleh - oleh tersebut merasa ingin lebih menguasai pasar secara luas. Akan tetapi, hingga saat ini, kebanyakan para pemilik usaha UKM belum melakukan promosi secara berani kepada masyarakat luas, sehingga banyak masyarakat Kota Depok umumnya tidak mengetahui tentang adanya oleh – oleh tersebut. Sampai saat ini

masih ada beberapa yang perlu diperhatikan untuk mengembangkan usaha para pemilik UKM tersebut.

Dari kejadian diatas, perlu adanya penjelasan kepada para pemilik UKM untuk dapat memahami bahwa tujuan dari Koperasi UKM adalah sebagai wadah para UKM berpromosi, dengan menggunakan media promosi, Koperasi UKM sebagai perantara untuk meningkatkan usaha para pemilik usaha oleh - oleh kota Depok, membantu para masyarakat luas dalam mencari kebutuhan informasi tentang oleh-oleh khas kota Depok, dan mengajak masyarakat kota Depok dan masyarakat luas umumnya mencintai produk hasil kota sendiri.

### **1.3 Permasalahan**

Dari latar belakang yang ada, maka dapat dirumuskan permasalahan yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah, “Bagaimana merancang media promosi yang tepat dan efektif untuk meningkatkan minat masyarakat kota Depok terhadap oleh-oleh kota Depok?”.

### **1.4 Ruang Lingkup**

Dalam kaitannya dengan bidang studi Desain Komunikasi Visual, konsentrasi Multimedia Marketing, maka pembahasan ruang lingkup dari permasalahan yang ada hanya berkisar pada perancangan media promosi yang tepat sasaran untuk memperkenalkan oleh-oleh khas kota Depok. Penelitian ini dilakukan di lingkungan masyarakat menengah keatas dengan target usia 20 s/d 50 tahun.

Tujuan dari perancangan media promosi website adalah, untuk lebih memperkenalkan dan menginformasikan kepada masyarakat luas yang senang bepergian dan belum mengetahui tentang adanya makanan oleh-oleh khas kota Depok. Perancangan media promosi yang akan dilakukan untuk memperkenalkan makanan oleh-oleh khas kota Depok terdiri dari media utama, yaitu *website*, brosur, katalog dan media pendukung seperti : *Godiebag*, *Member Card*, Stiker, Kartu Ucapan, *Notes*, Pulpen, Pembatas *Notes*, Kupon, Gantungan Kunci, Piring, dan Gelas sebagai media penyampai pesan kepada masyarakat yang tidak

menggunakan media online. Melalui perancangan media promosi tersebut, diharapkan agar adanya peningkatan jumlah wisatawan yang mampir untuk membeli dan menikmati sajian makanan oleh-oleh khas kota Depok tersebut. Perancangan tersebut dilaksanakan dalam kurun waktu enam bulan kedepan dari bulan Februari s/d Agustus 2012.

### **1.5 Tujuan Perancangan**

Penelitian ini dilakukan untuk merancang media promosi yang tepat dan efektif agar dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap oleh-oleh kota Depok.

### **1.6 Cara Pengumpulan Data**

Adapun pengumpulan data yang digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah :

#### **1. Observasi**

Yaitu melakukan penelitian secara langsung ke lokasi seperti UKM, Koperasi Daerah Kota Depok, dan Unit *Showroom* UKM kota Depok, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi secara lengkap, baik, dan benar.

#### **2. Wawancara**

Yaitu melakukan wawancara secara langsung kepada narasumber yang bersangkutan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Metode wawancara merupakan cara yang efektif untuk mendapatkan informasi lebih lengkap dengan cara pendekatan kepada pihak pembicara. Wawancara tersebut dilakukan untuk mengetahui perkembangan produk oleh-oleh kota Depok, serta promosi apa saja yang telah dilakukan selama ini kepada pihak UKM center dan pemilik usaha tersebut. Dibawah ini adalah pihak-pihak yang peneliti wawancarai untuk mendapatkan informasi, seperti :

- a. Bapak M. Ridwan selaku kepala Pusat Koperasi UKM.
- b. Ibu Lejar Tri Ayunita selaku Ketua UKM Dodol Rasa Dewa.

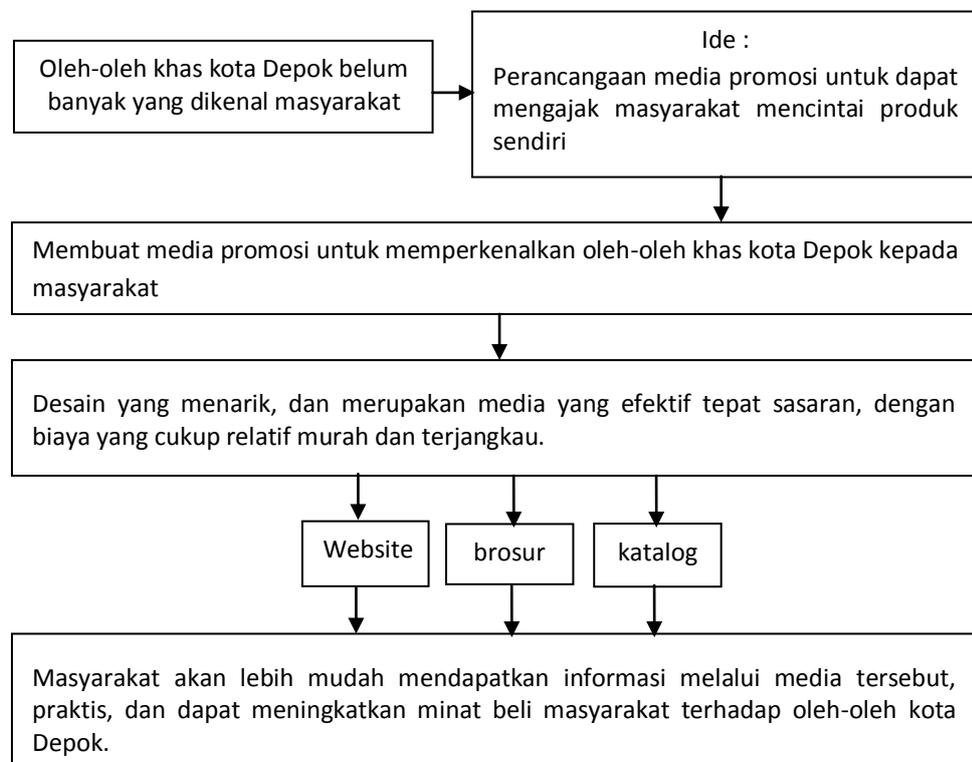
### 3. Studi Pustaka

Yaitu pengumpulan data melalui buku-buku, jurnal, dan artikel yang telah ada sebagai bahan referensi untuk pembuatan media promosi tersebut. Ditambah dengan mempelajari atau mengunjungi website dan situs - situs terkait yang menyediakan tutorial serta artikel mengenai teori-teori yang berhubungan, yang dapat membantu penulis mengerjakan penelitian dengan baik dan benar berdasarkan teori berupa textbook, jurnal, dan berita media cetak.

### 4. Kuesioner

Yaitu melakukan penelitian dengan cara membagikan beberapa pertanyaan tertulis dengan pertanyaan yang berhubungan untuk memperkuat data penelitian.

## 1.7 Skema Perancangan



**Gambar I.1 Gambar Skema Perancangan**

*Sumber : Dasar Pemikiran*

## **1.8 Pembabakan**

Makalah ini akan membahas penelitian tentang pengaruh media promosi oleh - oleh khas Depok terhadap minat beli masyarakat di Kota Depok, dengan menggunakan sistematika penulisan untuk tugas akhir yang terdiri dari lima BAB. Yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Merupakan pendahuluan yang isinya menguraikan tentang gambaran suatu objek, latar belakang masalah, masalah, ruang lingkup, tujuan perencanaan, cara pengumpulan data, dan skema perancangan.

### **BAB II DASAR PEMIKIRAN**

Merupakan bab yang menguraikan tentang teori dari dasar pemikiran yang berhubungan dengan penulisan karya tugas akhir.

### **BAB III URAIAN DATA HASIL SURVEY, ANALISIS DAN STRATEGI**

Menguraikan tentang data berdasarkan hasil survey lapangan, menganalisis data berdasarkan teori yang ada dan hasil survey, dan penggunaan strategi dalam memutuskan suatu keputusan.

### **BAB IV KONSEP & HASIL PERANCANGAN**

Bab ini merupakan penjelasan konsep yang akan digunakan sebagai landasan patokan visual suatu media.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian akhir, yang berisi hasil akhir sidang, berupa masukan dari dosen pembimbing dan penguji, kemudian kata penutup.