

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dago merupakan wilayah yang bisa dibilang adalah kawasan raksasa coffee shop dan cafe. Kawasan ini memiliki banyak sekali cafe, mulai dari Dago bawah yang terhitung mulai dari sebelum SMANSA atau SMAN 1 Bandung hingga ke Dago atas yang terhitung mulai dari Taman hutan raya Ir. Juanda hingga ke daerah tebing keraton. Setiap libur akhir pekan daerah Dago selalu ramai di kunjungi, mulai dari warga Bandung hingga luar Bandung. Hal ini karena Dago merupakan daerah favorit untuk berwisata, mulai dari Taman hutan raya Ir. Juanda, Tebing Keraton. (<https://travel.detik.com>, di akses 21 April 2022)

Waroeng Lereng Keraton adalah cafe tradisional bertemakan outdoor yang menyajikan pemandangan kota Bandung dari atas bukit dengan ciri khas hutan rindang yang sejuk dan cocok dikunjungi oleh berbagai macam kalangan dari keluarga, teman, juga tempat beristirahatnya para pesepeda ataupun orang-orang yang telah melakukan aktivitas olahraga lainnya. tempat ini sanggup membuat konsumen merasa nyaman, aman dan bahagia untuk sekedar berkumpul atau beristirahat. Dan tempat ini mempunyai banyak spot foto yang bagus. karena, Tempat ini memberikan suasana yang segar untuk menghilangkan penat. Cafe ini didirikan pada tahun 2015 oleh Nita Yunita. Waroeng Lereng Keraton bertempat di Jl. Dago Pakar Atas, Ciburial, Cimenyan, Ciburial, Kec. Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40198. Asal mula nama Lereng Keraton diambil dari kondisi geografis tempat tersebut, Lereng yang artinya bertempat di wilayah perbukitan dan Keraton yang diambil dari Keraton yang dulu pernah ada disana menurut kepercayaan penduduk asli dago pakar. Cafe ini memiliki konsep Tradisional yaitu Semua menu yang ada di Waroeng Lereng Keraton masih memiliki makanan tradisional khas Bandung seperti Colenak, Bandrek, Bajigur dan lain lain, tetapi seiring berjalannya waktu menu yang ada di Waroeng Lereng Keraton lebih bervariasi. Mereka menggabungkan konsep Tradisional dan Modern. Jadi, tidak hanya makanan tradisional yang dimilikinya melainkan ada beberapa menu western tambahan untuk variasi menu Waroeng Lereng Keraton.

Namun Sayangnya penjualan dan kunjungan dari orang-orang masih tidak memenuhi target yang diinginkan. Saat ini rata-rata penjualan dari Waroeng Lereng Keraton berkisar di bawah sepuluh juta per-minggu. Sedangkan target Omset yang diinginkan yaitu delapan belas juta per-minggu.

Menurut hasil observasi wawancara dan kuesioner, masalah yang terjadi pada Waroeng Lereng Keraton adalah kurangnya promosi, sehingga banyak orang yang belum mengenal cafe ini dan target audience-pun sulit untuk mendapatkan informasi tentang Waroeng Lereng Keraton. Dalam mempromosikan Cafe ini, Waroeng Lereng Keraton hanya menggunakan 2 media sosial yaitu Instagram dan Whatsapp. Instagram digunakan untuk mengunggah foto - foto menu, E-Poster atau hanya sekedar foto suasana dari cafe tersebut. Namun, foto yang diunggah pada Instagram tersebut masih kurang fokus sehingga detail dari makanan tersebut tidak terlihat jelas dan menghasilkan foto yang kurang menarik.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas dan kuisisioner yang saya bagikan, dapat diidentifikasi beberapa masalah mengenai Waroeng Lereng Keraton sebagai berikut:

1. Kegiatan Promosi yang kurang efektif sehingga Waroeng Lereng Keraton masih kurang di kenal luas oleh masyarakat
2. Konten poster pada Instagram kurang perhatian konsumen

1.2.2 Rumusan Masalah :

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah adalah “Bagaimana merancang media promosi yang tepat dan efektif untuk meningkatkan *brand awareness* konsumen terhadap Waroeng Lereng Keraton?”.

1.3 Ruang Lingkup

Untuk menghindari batasan yang terlalu luas, maka fokus tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

A. What (Apa)

Perancangan tugas akhir ini memfokuskan pada perancangan media promosi yang dilakukan terhadap Waroeng Lereng Keraton

B. Who (Siapa)

Target utama dari audiens perancangan media promosi Waroeng Lereng Keraton adalah laki-laki dan perempuan kalangan menengah dan menengah atas dengan rentang usia 19-40 tahun.

C. When (Kapan)

Proses pengumpulan data dan analisis dilakukan mulai bulan September 2020 hingga bulan April 2021.

D. Where (Dimana)

Waroeng Lereng Keraton berlokasi di Jl. Dago Pakar Atas, Ciburial, Cimenyan, Ciburial, Kec. Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40198.

E. Why (Kenapa)

Kegiatan promosi yang dilakukan masih kurang efektif sehingga kurangnya brand awareness Waroeng Lereng Keraton kurang dikenal oleh masyarakat luas. Tampilan pada media promosi kurang menarik perhatian konsumen secara visual.

F. How (Bagaimana)

Merancang media promosi Waroeng Lereng Keraton dengan tujuan meningkatkan brand awareness konsumen terhadap Waroeng Lereng Keraton.

1.4 Tujuan Perancangan

Perancangan tugas akhir ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* konsumen terhadap Waroeng Lereng Keraton.

1.5 Cara Pengumpulan Data Analisis

1.5.1 Pengumpulan Data

a. Wawancara

Pada wawancara ini, bentuk kegiatan yang dilakukan adalah melakukan sesi tanya-jawab kepada pemilik Waroeng Lereng Keraton terkait tujuan dan sejarah secara keseluruhan untuk mendukung proses analisis perancangan. Pengumpulan data ini dilaksanakan dengan proses tatap muka. Mencoba mendapatkan keterangan dari narasumber dengan bercakap-cakap dan bertatap muka. Menurut Sugiyono (2017:194).

Wawancara dilakukan secara mendalam dengan pemilik Waroeng Lereng Keraton serta pihak yang terkait, sehingga data yang diperoleh lebih lengkap dan valid.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah cara untuk memperoleh data dalam waktu yang singkat, karena dapat diminta mengisi pilihan jawaban tertulis yang disediakan (Soewardikoen, 2019 : 59).

Kuesioner akan diberikan kepada khalayak untuk mendapatkan informasi dan menentukan media promosi yang tepat.

c. Observasi

Menurut Soewardikoen (2019:49), observasi untuk bidang penelitian visual adalah mengamati dan mencatat unsur yang terdapat pada suatu gambar. Gambar dilihat secara teliti, yang kemudian memberikan sensasi kepada otak untuk diolah menjadi persepsi kemudian dirangkai menjadi informasi.

Observasi dilakukan secara langsung terhadap usaha Waroeng Lereng Keraton dari segi produk, fasilitas, media promosi dan lain sebagainya yang terkait dengan objek penelitian.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah pengumpulan data atau teori yang terkait dengan penelitian melalui referensi buku atau textbook dengan cara membacanya (Soewardikoen, 2013: 16-17).

Penulis mengumpulkan teori dan referensi melalui buku, artikel, dan jurnal dalam menyelesaikan objek penelitian.

1.5.2 Analisis Data

Dalam penulisan laporan ini, metode analisis data yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

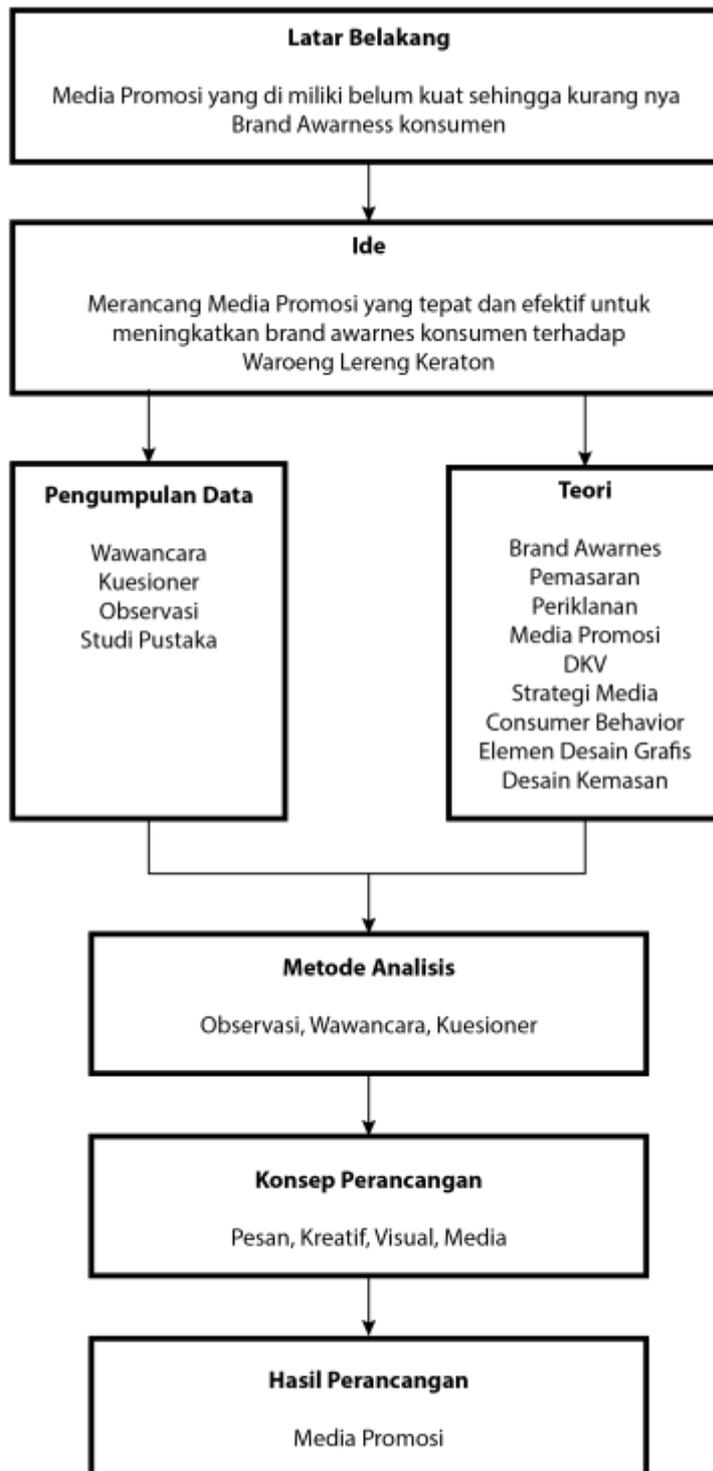
A. Analisis Matriks

Menurut Soewardikoen (2019:104), analisis matriks merupakan jukstaposisi atau membandingkan dengan cara menjajarkan. Matriks terdiri berdasarkan kolom dan baris yang memunculkan dua dimensi yang berbeda, dan sangat berguna untuk membandingkan seperangkat data serta menarik kesimpulan.

B. Analisis Data Kuesioner

Data kuantitatif hasil perhitungan menurut poin-poin variabel objek penelitian yang ditanyakan kepada responden. Penafsiran terhadap hasil hitungan yang signifikan menurut suatu variabel apabila dihubungkan dengan gejala yang terjadi dapat diperbandingkan sebagai suatu sebab[1]akibat (Soewardikoen, 2019:99)

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

(sumber:Dokumentasi Pribadi)

1.7 Pembabakan

Penulisan tugas akhir ini disusun berdasarkan sistematika penulisan yang telah ditetapkan, seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode pengumpulan data dan analisis, kerangka penelitian, serta Pembabakan Pada Waroeng Lereng Keraton.

BAB II DASAR TEORI

Pada bab ini akan memuat dasar teori yaitu teori pemasaran, periklanan, media promosi, desain komunikasi visual, elemen desain grafis, dan brand awareness sebagai dasar yang akan dipakai untuk pijakan dalam perancangan Media Promosi Waroeng Lereng Keraton.

BAB III DATA ANALISIS

Pada bab ini akan diuraikan hasil survey dan pengumpulan data secara terstruktur yang kemudian dianalisis menggunakan metode analisis matriks perbandingan, untuk mendapatkan penarikan kesimpulan berupa konsep ideal yang akan digunakan dalam perancangan media promosi Waroeng Lereng Keraton

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai keseluruhan konsep sesuai dengan hasil analisis yang telah dilakukan, dalam rangka menjawab tujuan dari perancangan media promoi Waroeng Lereng Keraton.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan akhir dari laporan penelitian serta saran dan rekomendasi.