

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kota Cimahi merupakan kota yang selalu terkenal akan ragam inovasi kuliner. Sedangkan kuliner sendiri menurut KBBI adalah suatu hal yang berhubungan dengan masak-memasak. Objek dari kuliner ini adalah hasil olahan pangan, baik makanan ataupun minuman. Kuliner sangat erat kaitannya dengan kedaerahan, karena suatu daerah setidaknya akan memiliki suatu ragam kuliner tertentu. Namun, terdapat usaha kuliner dari usaha menengah kecil dan mikro (UMKM) belum optimal dalam promosi.

Salah satu produk dari UMKM yang belum optimal dalam promosi adalah donut sweetso. Hal ini diperlukan sebuah strategi karena terciptanya inovasi produk olahan pangan, membuat ragam menu yang inovatif guna berlangsungnya persaingan bisnis yang ketat. Tren inovasi olahan pangan dari tahun ke tahun terus berkembang salah satunya adalah roti (*bakery*). Sweetso Premium Donuts memiliki kadar kalori yang cukup rendah, karena satu buah donat yang dibuat oleh Sweetso Premium Donuts dengan hiasan memiliki kalori sebesar 250 kalori (kkal), dan untuk kadar kandungan gulanya sebesar 15 gram (gr). Tren inovasi produk olahan roti adalah donat yang merupakan sebuah adonan berbahan dasar tepung, gula, ragi, mentega, garam, telur, air, susu. Menurut Putra dalam situs web Office99.com (2022), makanan berbahan dasar roti semakin berkembang dan beragam jenisnya karena didorong oleh banyak para pelaku usaha roti yang melakukan inovasi dan kreasi olahan roti hingga terlihat menarik dan kekinian tetapi tetap memiliki rasa yang lezat dan nikmat. Hal ini menjadi tantangan bagi para pelaku usaha donat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, sejak 2021 hingga penelitian ini dilakukan, Sweetso Premium Donuts sejauh ini hanya melakukan promosi melalui perangkat digital saja, namun tidak melakukan promosi melalui media cetak atau media offline. Karena kepindahan store yang baru sehingga promosi yang di lakukan belum optimal, maka dari itu Sweetso Premium Donuts mencari target audiens agar meningkatkan *brand awareness* kepada masyarakat. Hal tersebut kurang sesuai dengan pendapat Ilhamsyah (2021 : 125) yaitu konten

fotografi termasuk kedalam Media *Static Image* yang sifatnya diam atau statis sehingga tidak mudah untuk bercerita, maka konten promosi dengan gambar diam harus disertai dengan teks, baik berupa *headline*, *bodycopy*, maupun *tagline*. Hal ini diperkuat dengan pendapat Kotler (2008:76) pemasaran adalah sistem yang secara menyeluruh merupakan aktivitas dari suatu usaha yang diarahkan untuk mengatur, memutuskan suatu harga, memasarkan dan menyalurkan barang ataupun jasa yang memenuhi kebutuhan baik untuk pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Hingga penulisan ini dibuat, upaya promosi yang telah dilakukan oleh pengusaha dapat meraup keuntungan sebesar Rp. 300.000.000,00 – Rp. 450.000.000,00 per-tahunnya. Pemilik UMKM ini menginginkan pasar yang lebih luas lagi secara angka pembelian, terutama melalui *platform* digital. Target pasar secara wilayahnya yang ditetapkan oleh Sweetso Premium Donuts hingga penelitian ini dilakukan masih di seputaran Kota Cimahi dikarenakan faktor menjaga kualitas produk selama proses distribusi atau pengiriman produk. Maka dari itu upaya yang dapat dilakukan adalah perancangan serangkaian strategi promosi demi menyelesaikan permasalahan terkait. Serta promosi *event* ialah sarana untuk memperkenalkan *brand image* sebuah produk secara langsung. Dengan memiliki *brand image* yang kuat, maka akan dapat membedakan suatu produk dengan pesaingnya. Dengan menciptakan sebuah *event*, pengusaha bermaksud memberikan kesan mendalam terhadap konsumen, sehingga dapat meningkatkan *brand image* suatu produk.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Tidak terciptanya media cetak atau media *offline*, serta baru pindah ke Cimahi membuat Sweetso Premium Donuts harus mencari target audiens baru agar terciptanya *brand awareness*.
2. Sweetso Premium Donuts merupakan usaha yang masih baru berdiri sejak 2021 serta media promosi yang dilakukan hanya mengandalkan perangkat digital saja, sedangkan pemilik usaha ingin memperluas pasarnya secara angka pembelian.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Adapun permasalahan yang diangkat dalam penulisan laporan ini yaitu:

1. Bagaimana strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan *awareness* target audiens mengenai brand Sweetso Premium Donuts?
2. Bagaimana perancangan media visual yang tepat untuk promosi produk yang ditawarkan Sweetso Premium Donuts?

### **1.4 Ruang Lingkup**

Dalam penyusunannya, ruang lingkup penelitian berdasarkan permasalahannya yaitu sebagai berikut:

1. Objek penelitian mencakup masyarakat Kota Cimahi, berjenis kelamin ibu ibu muda dan karyawan, dengan rentang usia pelajar dan pekerja (23-35 tahun), tingkat ekonomi menengah ke atas (SES B), yang memiliki ketertarikan terhadap donat
2. Penelitian dilakukan dalam periode Agustus 2022 sampai Januari 2023
3. Penelitian difokuskan kepada perancangan iklan promosi untuk menciptakan *awareness* masyarakat terhadap keberadaan UMKM Sweetso Premium Donuts.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berikut merupakan tujuan dari penelitian terkait; yaitu untuk menciptakan sebuah strategi promosi yang tepat guna membangun *awareness* masyarakat terkait produk UMKM Sweetso Premium Donuts, serta dapat membuat strategi dan merancang visual juga media untuk promosi produk dan jasa UMKM Sweetso Premium Donuts serta:

1. Terancangnya strategi promosi untuk meningkatkan *awareness* terhadap masyarakat
2. Terancangnya media visual yang tepat untuk promosi produk yang ditawarkan Sweetso Premium Donuts.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari perancangan strategi promosi UMKM Sweetso Premium Donuts ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengalaman tentang bagaimana merancang sebuah strategi promosi yang tepat guna dengan segala pengaplikasiannya, serta dapat menjadi syarat kelulusan guna mendapatkan gelar sarjana di Telkom University dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual.

2. Bagi Akademis

Dapat menambah wawasan bagi sivitas akademika mengenai keilmuan Desain Komunikasi Visual dalam merancang strategi promosi serta dapat menjadi referensi bagi yang akan melakukan penelitian serupa.

## **1.7 Metodologi Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian secara kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan pada hakikatnya ialah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami Bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya (Nasution, 2003: 5) Menurut Somantri (2005) dalam jurnalnya yang berjudul Memahami Metode Kualitatif, dikatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk mengangkat secara ideografis berbagai fenomena dan realitas sosial. Maka dalam metode penelitian kualitatif, melalui berbagai pengalaman dalam realitas sosial diharapkan objek penelitian dapat diamati secara mendalam.

Metode dalam melengkapi data dalam penelitian ini yaitu :

1. Kuisisioner

Pengertian kuisisioner yaitu metode pengumpulan data dengan jalan mengajukan suatu daftar pertanyaan tertulis. Pertanyaan ini diberikan pada individu untuk memberikan jawaban secara tertulis pula (Nurkancana 1993:45). Kuisisioner yang digunakan dalam hal ini adalah 5 kuisisioner tertutup dan terbuka, yakni kuisisioner yang sudah disediakan jawabannya dengan sebagian pertanyaan

isian singkat. Sampel objek penelitian yang sesuai kriteria target pasar dari UMKM Sweetso Premium Donuts yaitu masyarakat Kota Cimahi berjenis kelamin pria dan wanita dengan rentang usia pelajar maupun pekerja dan/atau 23 hingga 35 tahun, serta tingkat ekonomi menengah ke atas atau SES B-A, untuk mendapat data dan insight langsung dari mata audiens.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan (Lexy, 2000). Metode wawancara secara lisan melalui pertanyaan untuk mendapatkan data terkait penelitian langsung dengan pemilik dari UMKM Sweetso Premium Donuts. Wawancara juga dilakukan kepada konsumen Sweetso Premium Donuts demi mendapatkan insight dari target pasar.

## 3. Observasi

Observasi adalah serangkaian aktivitas pengumpulan data dengan menyaksikan secara langsung kejadian di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara aktual dari sebuah peristiwa yang diteliti. (Gumilang, 2016) Maka observasi yang dilakukan adalah mengamati secara langsung kegiatan usaha dan promosi yang telah dilakukan Sweetso Premium Donuts untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam perancangan promosinya.

## 4. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan metode studi pustaka yaitu dengan cara mengkaji terhadap buku, literatur, catatan ataupun laporan yang terkait dengan topik penelitian. (Nazir, 2013: 93). Metode studi pustaka yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan literasi berupa teori ahli terkait, melalui artikel dan/atau jurnal serta karya tulis yang dapat dipercaya keabsahannya, sehingga perancangan promosi Sweetso Premium Donuts ini dapat dilakukan berdasarkan teori yang valid sesuai pendapat para ahli.

Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini yaitu:

### 1. SWOT

Metode SWOT terdiri dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threats* (ancaman) dengan tujuan mendapatkan poin-poin penilaian dari UMKM Sweetso Premium Donuts.

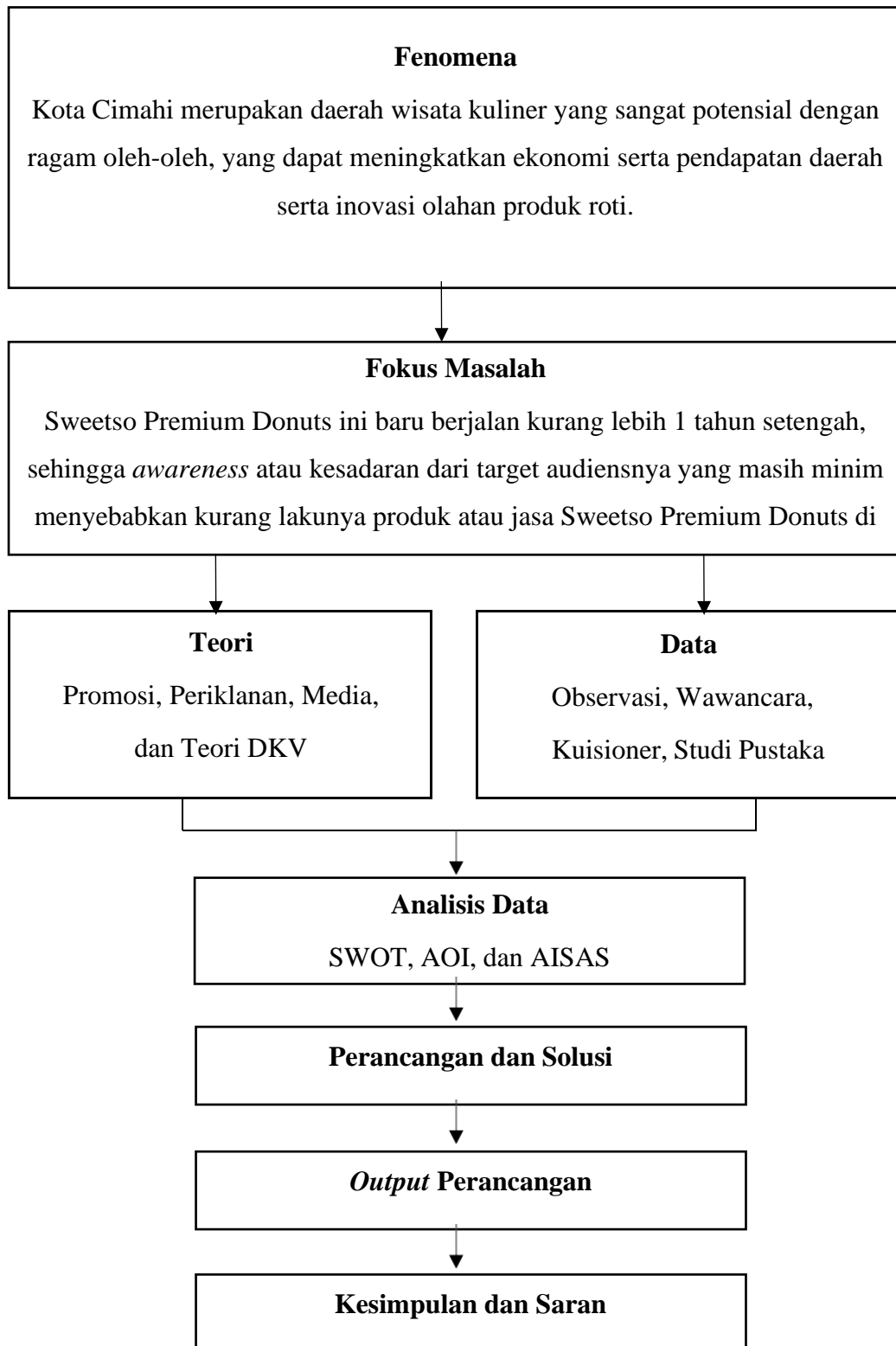
### 2. AOI

Untuk menganalisis perilaku target audiens, penulis menggunakan metode AOI yang terdiri dari *activity* (kegiatan), *opinion* (pendapat), dan *interest* (ketertarikan), dengan tujuan dapat memahami *insight* dari target audiens.

### 3. AISAS

AISAS adalah sebuah singkatan dari *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *search* (pencarian), *action* (aksi), dan *share* (sebaran). Tujuan penulis menggunakan metode AISAS dalam penelitian ini adalah untuk membuat serangkaian rancangan promosi berdasarkan analisis terkait

## 1.8 Kerangka Penelitian



Tabel 1. 1 Kerangka Penelitian

Sumber: Raka, 2023

## **1.9 Pembabakan**

Penulisan laporan penelitian ini terdiri dari, sebagai berikut;

### **1.9.1 BAB I PENDAHULUAN**

Di bab pendahuluan ini terdapat latar belakang laporan, penjelasan akan rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, Metodologi pengumpulan data dan analisis, kerangka penelitian, serta pembabakan.

### **1.9.2 BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi literatur terkait mengenai permasalahan yang diteliti serta teori berkenaan dengan masalah yang diteliti.

### **1.9.3 BAB III DATA DAN ANALISIS**

Di bab ini terdiri dari tahapan penelitian secara menyeluruh meliputi tahap perumusan masalah, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data, usulan terhadap permasalahan yang dikaji.

### **1.9.4 BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Dalam bab ini, penulisan berisi penjabaran konsep dan rancangan pesan komunikasi, konsep media, serta konsep visual sesuai hasil analisis permasalahan yang dikaji.

### **1.9.5 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi kesimpulan mengenai penelitian dan perancangan yang dilakukan, saran terhadap pembaca dan rekomendasi yang dapat diterapkan terhadap perancangan berikutnya.