

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Sukabumi adalah sebuah kota di provinsi Jawa Barat yang sejak dulu sampai sekarang banyak dikunjungi oleh wisatawan karena lokasinya dekat dengan wisata alam yang indah. Ditambah dengan letak geografis kota Sukabumi yang berada di antara Jakarta dan Bandung, membuat wisatawan banyak memilih Kota Sukabumi sebagai tempat transit atau beristirahat setelah berlibur di luar ataupun di wilayah sekitar Sukabumi.

Oleh sebab itu banyak sekali wisatawan yang berkunjung ke kota Sukabumi untuk berwisata. Kemudian semakin berkembangnya zaman juga teknologi, wisata di kota Sukabumi semakin berkembang begitu juga dengan wisata kulinernya. Dan saat ini kota Sukabumi sedang mengalami kenaikan jumlah wisatawan yang cukup signifikan. Selama 2 tahun terakhir mengalami penurunan jumlah wisatawan pasca pandemi. Dan beberapa bulan terakhir Sukabumi mengalami peningkatan pengunjung. Menurut Dinas Pariwisata (Dispar) yang dilansir dari *radarsukabumi.com* pada 9 Mei 2022, Kabupaten Sukabumi selama libur Idul Fitri 2022, Kabupaten Sukabumi mencatat ada sebanyak 4.754.243 wisatawan yang mengunjungi kabupaten Sukabumi dan bisa dipastikan akan meningkat lagi. Sehingga untuk para pelaku usaha terutama usaha kuliner dituntut semakin kreatif dalam menciptakan berbagai inovasi untuk produknya agar bisa semakin berkembang sehingga dapat lebih menarik minat audiens.

Berbicara soal wisata tidak lengkap jika tidak membahas tentang buah tangan atau oleh-oleh. Tempat wisata pasti akan ada tempat oleh-oleh bagi para wisatawan membeli sesuatu untuk dibawa pulang ke tempat asalnya. Sukabumi memiliki beberapa oleh-oleh yang populer, salah satunya adalah mochi.

Mochi semakin dikenal dan berkembang di Sukabumi. Mochi khas Sukabumi menjadi oleh-oleh yang digemari bukan hanya oleh masyarakat setempat tetapi tentunya juga para wisatawan yang berkunjung ke kota Sukabumi. Kue mochi ini termasuk ke dalam salah satu kue tradisional yang memiliki tekstur lembut dan kenyal karena terbuat dari beras ketan.

Salah satu mochi di Kota Sukabumi adalah Mochi Kaswari Bakat Jaya. Mochi Kaswari Bakat Jaya berlokasi di Jl. Kaswari No.24, Selabatu, Kec. Cikole, Kota Sukabumi, Jawa Barat.

Ada beberapa varian Mochi yang dimiliki oleh Mochi Kaswari Bakat Jaya, di antaranya mochi rasa original yang berisi kacang dengan kulit beranekaragam aroma buah, kemudian rasa kombinasi dan masih banyak lagi. Mochi Kaswari Bakat Jaya juga cukup *up to date* terhadap varian rasanya, seperti membuat isian rasa dari *brand-brand* makanan terkenal contohnya, rasa Oreo dan Ovomaltine.

Namun meskipun Mochi Kaswari Bakat Jaya cukup diketahui oleh banyak khalayak, segi promosi dari Mochi Kaswari Bakat Jaya masih minim dibandingkan dengan kompetitornya. Mochi Kaswari Bakat Jaya masih kurang dalam segi *brand awareness* sehingga masyarakat kurang familier dengan produknya. Karena Mochi Kaswari Bakat Jaya masih kurang dari segi promosi baik dalam media cetak ataupun media digital yang saat ini sudah sangat berkembang. Oleh karena itu saat ini perancangan promosi sangat diperlukan diingat bahwa mochi Bakat Jaya juga belum banyak melakukan promosi baik dalam media cetak maupun media digital, sehingga penyebarannya pun belum merata.

Oleh karena itu, penelitian ini dibuat sebagai dasar dalam perancangan promosi kreatif melalui akan meningkatkan *brand awareness* Mochi Kaswari Bakat Jaya sehingga semakin berkembang dan dapat bersaing dengan kompetitor pemegang pasar.

## **1.2. Permasalahan**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya *brand awareness* dari Mochi Kaswari Bakat Jaya yang dapat menguatkan brandnya dibandingkan dengan kompetitor.
2. Kurangnya promosi Mochi Kaswari Bakat Jaya sehingga kurang bisa menghadapi persaingan pasar di era teknologi yang terus berkembang saat ini.

### **1.2.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana merancang strategi promosi untuk meningkatkan *brand awareness* agar audiens tahu ciri khas Mochi Kaswari Bakat Jaya dan dapat bersaing dengan kompetitor?

2. Bagaimana merancang strategi promosi kreatif melalui media cetak dan media digital untuk meningkatkan daya tarik audiens terhadap Mochi Kaswari Bakat Jaya?

### **1.3. Ruang Lingkup**

Tugas Akhir ini memfokuskan pada perancangan promosi terhadap Mochi Kaswari Bakat Jaya yang dilaksanakan di kota Sukabumi, Jawa Barat. Dengan tujuan untuk meningkatkan *awareness* dari produk agar dapat bersaing dengan kompetitor dan juga bagaimana strategi promosi kreatif yang tepat untuk Mochi Kaswari Bakat Jaya. Perancangan ini ditujukan kepada wisatawan mulai dari remaja akhir hingga dewasa awal di umur 22-30 tahun yang suka berbelanja oleh-oleh. Penelitian ini dikerjakan mulai tanggal 8 Oktober 2022 hingga selesai, dengan menggunakan teori-teori yang disesuaikan dengan kebutuhan perancangan promosi Mochi Kaswari Bakat Jaya.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah disusun, tujuan ditulisnya penelitian ini yakni untuk :

1. Dapat merancang strategi promosi untuk meningkatkan *brand awareness* agar audiens tahu ciri khas Mochi Kaswari Bakat Jaya dan dapat bersaing dengan kompetitor
2. Menciptakan strategi promosi kreatif melalui media cetak dan media digital untuk meningkatkan daya tarik audiens terhadap Mochi Kaswari Bakat Jaya.

### **1.5. Manfaat Perancangan**

Dari hasil perancangan ini diharapkan adanya manfaat yang didapatkan, diantaranya:

1. Manfaat bagi Mahasiswa  
Mendapatkan ilmu pengatutan serta pengalaman terkait cara membuat media promosi cetak dan media promosi digital dengan strategi media visual kreatif yang dapat menarik perhatian audiens.
2. Manfaat bagi Perusahaan

Dapat membantu meningkatkan *brand image* serta *brand awareness* Mochi Kaswari Bakat Jaya sebagai toko oleh-oleh khas Sukabumi yang terus berkembang dan melakukan inovasi.

### 3. Manfaat bagi masyarakat

Dapat mengetahui adanya Mochi Kaswari Bakat Jaya sehingga saat berkunjung ke kota Sukabumi tidak kebingungan lagi mencari toko oleh-oleh. Kemudian memudahkan masyarakat yang tetap bisa membeli produk oleh-oleh Mochi Kaswari Bakat Jaya melalui media sosial tanpa perlu mendatangi tempatnya.

## 1.6. Cara Pengumpulan Data dan Analisis

Pada penulisan laporan ini terdapat beberapa cara pengumpulan data analisis yang digunakan, diantaranya adalah sebagai berikut :

### 1. Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229), observasi adalah teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik tertentu dibandingkan dengan teknik lainnya. Observasi ini dilakukan secara offline dan online dengan mengunjungi toko dan juga laman media sosial Mochi Kaswari Bakat Jaya di Instagram.

### 2. Wawancara

Menurut Trisliatanto (2020), wawancara merupakan interaksi saling mempengaruhi antara pewawancara dan narasumber yang proses komunikasinya bersifat dinamis. Pengumpulan data melalui wawancara dilakukan dengan mewawancarai penanggungjawab media sosial mochi Kaswari Bakat Jaya yang dilakukan secara online pada tanggal 29 April 2023, dengan membahas seputar awal mula berdirinya Mochi Kaswari Bakat jaya sampai sekarang, kemudian mengenai promosi dan inovasi yang saat ini telah dilakukan, juga seputar keunikan yang dimiliki Mochi Kaswari Bakat Jaya yang menjadi pembeda dengan kompetitor serupa di kota Sukabumi

### 3. Kuisisioner

Menurut Trisliatanto (2020), Kuisisioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data tanpa komunikasi langsung. Kuisisioner ini dibuat berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat yaitu, bagaimana merancang strategi promosi kreatif

Mochi Kaswari Bakat Jaya, dan bagaimana merancang strategi komunikasi yang tepat agar promosi yang dilakukan dapat berjalan dengan baik. Hal tersebut dibuat untuk mendapatkan *brand awareness* sehingga Mochi Kaswari Bakat Jaya bisa bersaing dengan kompetitor. Kemudian saya membuat kuisiner melalui media Google Formulir untuk mendapatkan jawaban dan pendapat audiens yang saya sebarkan melalui media sosial. Saya membuat 1 kuisiner yang berkaitan dengan topik yang saya ambil, dengan total 75 responden.

#### **4. Metode Analisis**

##### **1. Analisis SWOT**

Menurut Rangkuti (2013), SWOT adalah analisis berbasis logika untuk meningkatkan kekuatan dan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman. Metode ini digunakan oleh penulis untuk menganalisis Mochi Kaswari Bakat Jaya guna membantu dalam menentukan strategi dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk mendapat keuntungan.

##### **2. AOI (*Activity, Opinion, Interest*)**

Menurut Wijayanti (2017), AOI AOI adalah analisis target audiens, dimana perkembangan pemasaran akan selaras dengan perilaku konsumen (kebutuhan dan gaya hidup) dan faktor kehidupan lainnya. Metode AOI digunakan penulis untuk menganalisis kepribadian, motivasi membeli, preferensi, sikap, keyakinan dan nilai konsumen

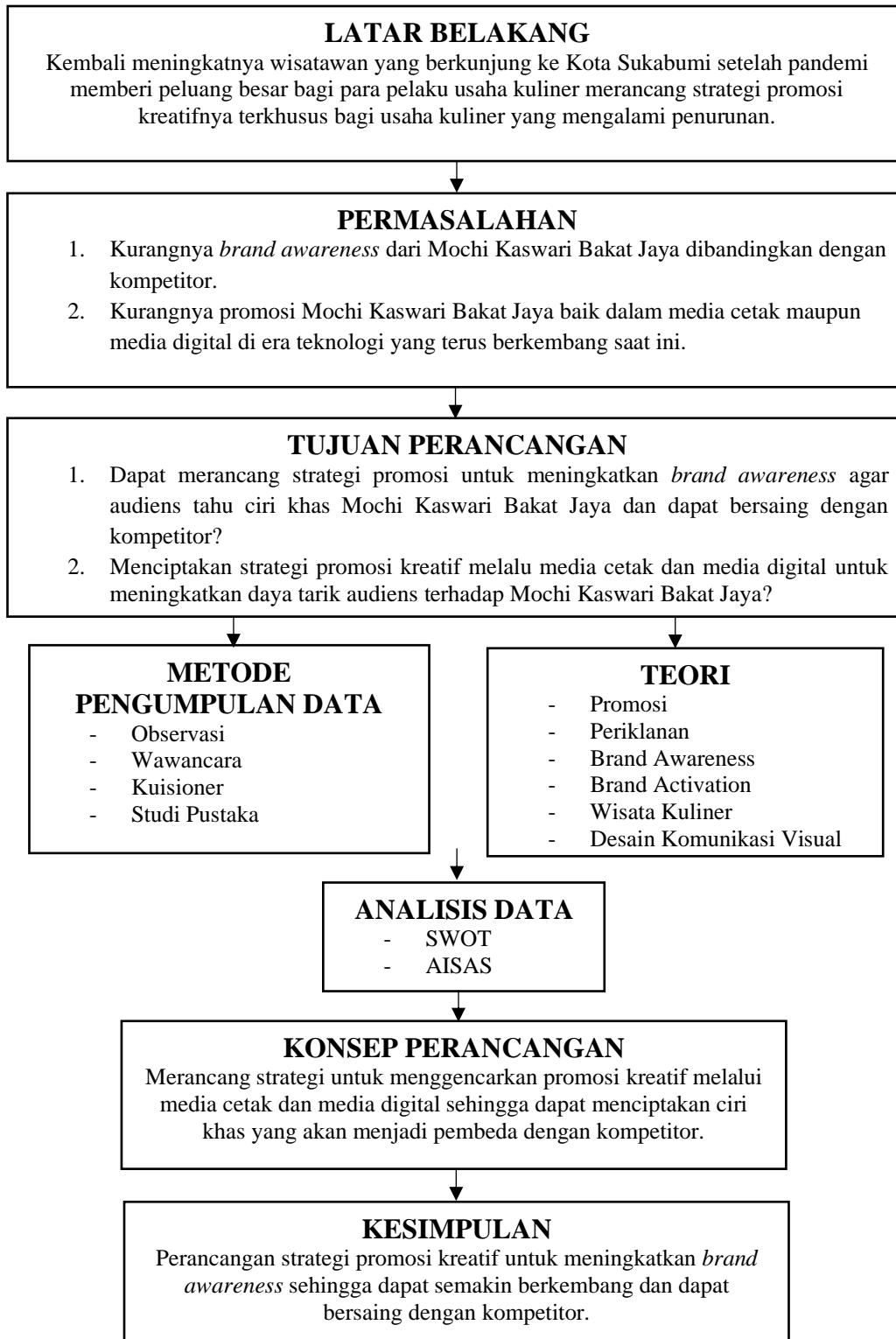
##### **3. Analisis AISAS**

Menurut Sugiyama dan Andree (2011:79), AISAS adalah formula yang dirancang untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan melihat perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait dengan latar belakang kemajuan teknologi internet. Metode AISAS digunakan penulis dalam strategi promosi Mochi Kaswari Bakat Jaya untuk memberikan pendekatan yang efektif kepada audiens dengan cara menarik perhatian dan mengenalkan produk lebih jauh, sehingga bisa meyakinkan audiens untuk memilih dan membeli produk dan menyebarkannya.

## **5. Studi Pustaka**

Menurut Nazir (2003), studi pustaka adalah metode pengumpulan data dari buku, dokumen, laporan, dan catatan yang berkaitan dengan masalah yang akan dipecahkan. Studi Pustaka ini dilakukan dengan mencari data-data ilmiah yang sesuai dengan topik yang sedang dibahas.

## 1.7. Kerangka Penelitian



Tabel 1.1 Kerangka Penelitian  
(Sumber : Huwaida, 2023)

## **1.8. Pembabakan**

### **1. BAB I Pendahuluan**

Menjelaskan tentang latar belakang dari Mochi Kaswari Bakat Jaya, dan berikut adalah permasalahan yang dihadapi serta serta seluruh data-data yang diambil untuk menjadi acuan informasi penelitian.

### **2. BAB II Landasan Teori**

Menjelaskan tentang teori-teori landasan yang digunakan untuk menganalisis data.

### **3. BAB III Uraian Data Hasil Survey & Analisis**

Menguraikan, menganalisis, dan penarikan kesimpulan dari hasil survei atau pengumpulan data di lapangan secara terstruktur secara runtut.

### **4. BAB IV Penutup**

Menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang menjawab tujuan penelitian sebelumnya.