**Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

**Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Kebutuhan pokok bagi manusia untuk bertahan hidup adalah makanan. Manusia terdapat di urutan paling atas dalam rantai makanan, maka dari itu manusia tidak akan bertahan hidup tanpa makanan. Terdapat berbagai jenis makanan di setiap negara, dan setiap negara memiliki makanan khasnya masing-masing. Salah satunya adalah pizza, makanan khas yang berasal dari negara Italia dan menjadi hidangan khas atau *signature cuisine* dari Italia sejak dulu.

Menurut Fispol.com yang diakses pada tanggal 1 Agustus 2017, menyatakan bahwa berdasarkan survei dari studi Oxfam di 17 negara dengan jumlah 16.000 masyarakat, pizza termasuk salah satu makanan favorit yang selalu dicari oleh masyarakat di tiap negara. Hal tersebut membuktikan bahwa pizza merupakan salah satu jenis makanan yang digemari masyarakat diberbagai negara.

Pizza adalah sebuah roti berbentuk lingkaran yang dioleskan saos tomat dan juga keju, kemudian dipanggang dalam oven. Biasanya diatas pizza ditaburi dengan berbagai pilihan daging, sayuran, dan juga bumbu. Pilihan rasa dari pizza yang beraneka ragam dan bisa disesuaikan dengan berbagai selera masyarakat. Pizza juga dijadikan makanan yang praktis dibawa dan disantap saat beraktivitas kerja, maupun saat bersantai.

Menurut Biz.Kompas.Com yang diakses pada tanggal 7 Mei 2017, mengatakan bahwa perkembangan pizza di Indonesia sungguh sangat pesat dilihat dari perkembangan cabang dari restoran pizza yang terus bertambah tiap tahunnya



Perancangan Promosi Panties..., Sheila Loeshandra, FSD UMN, 2018

ditiap kota. Hal tersebut juga dapat didukung dari banyaknya penjual pizza melalui gerobak sampai restoran besar yang menyediakan menu utama pizza, salah satu diantaranya adalah Panties Pizza.

Menjual pizza yang berbeda dari yang lainnya, Panties Pizza memiliki bentuk yang unik yaitu "*calzone*" atau pizza lipat. *Calzone* memiliki *topping* yang berada di dalam adonan pizza. Keunikan dari Panties Pizza adalah pada bentuk pizza lipatnya tersebut, karena pizza yang dilipat tersebut belum begitu terkenal di Indonesia, maka dari itu keunikan tersebut dapat menarik perhatian banyak orang. Harganya yang terjangkau juga membuat pizza mereka banyak diminati terutama oleh remaja. Panties Pizza telah berdiri sejak Mei 2013 dan berpusat di Surakarta, Jawa Tengah. Saat ini Panties Pizza telah memiliki 48 cabang yang terletak dibeberapa pulau di Indonesia antara lain, Sumatera, Batam, Jawa, Kalimantan, Bali, dan Lombok.

Berdasarkan hasil kuisioner yang dilakukan pada masyarakat, dari 117 responden hanya 25.9% yang pernah mendengar nama Panties Pizza, dan hanya 11.2% yang pernah mencobanya. Melihat kondisi Panties Pizza yang sudah berdiri selama empat tahun dan memiliki banyak cabang namun masih belum terlalu dikenal masyarakat, maka perlu merancang promosi yang menarik dan tepat sasaran untuk mempromosikan produk makanan Panties Pizza.

Berdasarkan hasil wawancara langsung penulis pada hari Senin, 6 November 2017, pukul 14.00 WIB di cabang Panties Pizza Mall Paragon, Surakarta pada pihak Creative Director, Creative Secretary, dan Social media Specialist dari Panties Pizza, saat ini mereka telah membuka cabangnya di Jadetabek, dan akan



Perancangan Promosi Panties..., Sheila Loeshandra, FSD UMN, 2018

terus dikembangkan ke kota-kota lainnya diseluruh Indonesia. Namun saat melakukan wawancara dengan Bapak Krisno, *Manager* Panties Pizza cabang Jadetabek, pada hari Jumat, 15 September 2017, pukul 10.45 WIB di cabang Panties Pizza Tangerang, media promosi yang telah dilakukan oleh Panties Pizza di daerah Jadetabek sampai saat ini hanya sebatas sosial media khususnya *Facebook* dan *Instagram*. Maka dari itu tujuan untuk mengenalkan Panties Pizza melalui media promosi sangat tepat dikarenakan Panties Pizza masih dan ingin terus berkembang. Namun karena media promosi yang dimiliki oleh Panties Pizza yang masih kurang efektif, maka diperlukan perancangan untuk membuat promosi yang menarik dan sesuai dengan penerapannya bagi Panties Pizza.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah dari Pantie Pizza adalah :

1. Bagaimana merancang promosi yang baik dan tepat bagi Panties Pizza agar lebih dikenal masyarakat.

## 1.3. Batasan Masalah

Dari masalah-masalah yang dikemukakan diatas tentu diperlukannya batasan masalah yang akan dikerjakan. Untuk itu batasan masalahnya adalah :

**A. Segmentasi**

1. Segmentasi Geografis:

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

- Masyarakat yang tinggal di daerah Jakarta, Depok, Tangerang, dan Bekasi.

1. Segmentasi Demografis

   - Primer: usia 16 tahun – 24 tahun (usia remaja menurut DEPKES RI), sekunder: masyarakat di semua umur;
   - Masyarakat berjenis kelamin: Laki-laki dan Perempuan;
   - Masyarakat yang berpendidikan: TK, SD, SMP, SMA, Strata 1;
   - Masyarakat yang berstatus ekonomi SES: C2, C1, dan B;
   - Masyarakat semua agama;
   - Masyarakat semua suku.
   - Masyarakat semua ras.

2. Segmentasi Psikografis

   - Masyarakat yang suka makan di *cafe* atau restoran.
   - Masyarakat yang suka dengan makanan dari luar.
   - Masyarakat yang suka dengan makanan *western*.
   - Masyarakat yang sangat suka dengan pizza.

3. Segmentasi *Behaviour*

   - Masyarakat yang memiliki kebiasaan untuk makan diluar rumah;
   - Masyarakat yang suka untuk mencoba hal yang baru;



Perancangan Promosi Panties..., Sheila Loeshandra, FSD UMN, 2018

- Masyarakat yang suka berkumpul dengan teman, sahabat, reka kerja, dll.

**B. Target**

- Masyarakat yang suka dengan makanan *western*, terutama *pizza*;
- Masyarakat yang suka jajan dan makan diluar rumah;
- Masyarakat yang mengikuti makanan yang sedang *trend*.

**C. *Positioning***

- Pizza yang kenikmatannya dapat membuat orang menjadi lupa akan segalanya.

## 1.4. Manfaat Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah :

1. Bagaimana membuat promosi yang baik, menarik dan tepat sasaran agar dapat memperkenalkan dan menanamkan kepercayaan terhadap Panties Pizza kepada masyarakat yang belum mengetahuinya;
2. Bagaimana untuk meningkatkan nilai kompetitif Panties Pizza dibanding dengan para kompetitornya dimasa depan.

## 1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari perancangan Tugas Akhir ini adalah :

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

1. Manfaat bagi penulis, Tugas Akhir ini dibuat sebagai persyaratan kelulusan akademik dari mata kuliah *Final Project* dan syarat untuk menyelesaikan studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, Tugas Akhir ini telah menambah pengalaman dan pengetahuan tentang media promosi bagi penulis;
2. Manfaat bagi orang lain, penulis berharap agar Perancangan Promosi Panties Pizza ini dapat memberikan pengaruh bagi masyarakat untuk datang dan mencoba;
3. Manfaat bagi Universitas, penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa yang membacanya, juga dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa lain yang akan menjalankan Tugas Akhir.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA