



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini industri *food & beverage* mengalami perkembangan, terlihat dari alasan masyarakat dalam memilih tempat makan yang dikutip dari artikel (<https://lifestyle.okezone.com>). Menurut Menkeu Sri Mulyani menikmati hidangan dengan kebersamaan di *café* sudah menjadi bagian dari gaya hidup dikutip dari (kompasiana.com). Saat ini beberapa *bistro* dan *café* mulai mencari pembeda dengan kompetitor lainnya, bertujuan untuk menarik minat pengunjung. Dengan menawarkan ide atau gagasan berbeda, menjadi salah satu alasan masyarakat untuk berkunjung ke *café* dan *bistro* tersebut. Salah satu cara untuk menarik minat pengunjung adalah dengan menghadirkan *live music* didalamnya. Sehingga pengunjung dapat menikmati makanan dan minuman dengan ditemani alunan musik yang dibawakan secara langsung dikutip dari (https://www.bbc.com/indonesia/vert_cap/2016/07/160719_vert_cap_efek_musik_bisnis?ocid=socialflow_facebook).

Musik menjadi salah satu faktor yang menarik minat pengunjung. Salah satunya adalah *Intro Jazz Bistro & Café*, merupakan *café* yang mengusung konsep *jazz* di daerah BSD, konsep *jazz* tersebut sudah tercermin dari namanya. Musik *jazz* menjadi kekuatan yang dimiliki oleh *Intro Jazz Bistro & Café*. Berfokus pada beberapa aliran *jazz* seperti *Extreme Jazz*, *New Orleans Jazz*, *Ragtime Jazz*, *Hot Jazz*, *Latin Jazz*, *Swing Jazz*, *Smooth Jazz*, *Fusion*, *Groove* disertai *jam session* yang menjadi keunggulan dari *Intro Jazz Bistro & Cafe*. Sehingga pengunjung

dapat menikmati makanan dan minuman dengan menyaksikan alunan *jazz style* yang dibawakan secara langsung.

Pada saat ini banyak *café* yang bermunculan di daerah BSD dan sekitarnya, hal tersebut membuktikan bahwa persaingan dalam dunia *bistro* dan *café* di daerah BSD menjadi semakin ketat. Ditambah dengan terdapat *café* yang juga menghadirkan konsep *jazz* didalamnya. Mengharuskan *Intro Jazz Bistro & Café* untuk memberitahukan keunggulannya yang dimilikinya sehingga membuat *Intro Jazz Bistro & Café* menjadi lebih dikenal dan berkembang serta menjadi pembeda dengan *café* lain yang juga menghadirkan konsep *jazz*. Namun hal tersebut belum dilakukan dengan tepat dan sesuai. Sehingga membuat masyarakat belum mengetahui keunggulan dari *Intro Jazz Bistro & Café* dan dapat berpengaruh terhadap pengunjung yang datang. Sehingga akan tersaingi oleh *café* dan *bistro* lainnya, serta berkemungkinan hilangnya tempat menikmati makanan dan minuman dengan alunan *jazz style* secara langsung di daerah BSD.

Melihat dari permasalahan tersebut serta keunggulan yang dimiliki oleh *Intro Jazz Bistro & Café*, maka perancangan promosi diperlukan *Intro Jazz Bistro & Café* untuk mengoptimalkan potensi yang ada. Menurut Belch dan Belch (2012) promosi merupakan suatu cara dalam memberitahukan gagasan serta ide yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Hal tersebut menjadi penting karena dapat membantu perusahaan dalam menginformasikan serta mempersuasi konsumen agar dapat menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (hlm. 18).

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan promosi untuk *Intro Jazz Bistro & Café* ?

1.3. Batasan Masalah

Dalam merancang promosi *Intro Jazz Bistro & Café* harus mempunyai batasan masalah, hal tersebut bertujuan agar pembahasan yang dilakukan tidak terlalu luas. Pembahasan tersebut meliputi:

1. Demografi

Target audiens dari perancangan promosi *Intro Jazz Bistro & Café* ialah masyarakat dengan rentang usia 23 tahun hingga 27 tahun dengan status ekonomi Ses B dan Ses A.

2. Psikografi

Targetnya ialah masyarakat yang senang dan memiliki waktu untuk menikmati makanan dan minuman di *café*, serta penikmat musik *jazz* yang ingin menyaksikan alunan musik *jazz* disertai dengan menikmati hidangan istimewa.

3. Geografi

Target audiens dari perancangan promosi ini ialah masyarakat yang berdomisili di daerah BSD, Gading Serpong dan Alam Sutra.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini yaitu untuk merancang promosi *Intro Jazz Bistro & Café* agar para pecinta dan penikmat musik *jazz* serta pengunjung lainnya mengetahui keunggulan yang dimiliki oleh *Intro Jazz Bistro & Café* sehingga berkunjung ke *Intro Jazz Bistro & Café*.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Dalam perancangan tugas akhir ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis

Melalui perancangan promosi *Intro Jazz Bistro & Café* diharapkan dapat membantu penulis dalam mengembangkan serta menerapkan pengetahuan mengenai ilmu-ilmu desain yang didapatkan dalam masa studi, serta dapat meningkatkan keahlian penulis dalam bidang desain grafis khususnya dalam perancangan promosi agar dapat menyelesaikan permasalahan.

2. Manfaat bagi orang lain

Penulis berharap melalui perancangan promosi ini dapat membantu *Intro Jazz Bistro & Café* untuk memberitahukan kepada masyarakat sekitar BSD mengenai keunikan dan keunggulan yang dimiliki oleh *Intro Jazz Bistro & Café* sehingga tertarik untuk berkunjung untuk menikmati sajian musik jazz.

3. Manfaat bagi universitas

Penulis berharap melalui perancangan promosi *Intro Jazz Bistro & Café* dapat menjadi referensi *literature* mengenai perancangan promosi bagi mahasiswa lain yang akan mengambil topik tersebut dimasa yang akan datang.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A