



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

Kebutuhan pangan atau makan adalah hal yang mutlak harus di penuhi, karena merupakan kebutuhan yang mendasar. Dengan adanya kebutuhan tersebut, maka jadi sebuah hal yang wajar, terciptanya pasar mengacu pada pemenuhan kebutuhan tersebut. Pasar yang di maksud adalah sekumpulan kegiatan yang mengacu pada pemenuhan kebutuhan makanan, dengan berbagai bentuk dan model, seperti restoran, cafe, rumah makan, dan banyak lagi.

Hal inilah yang menjadi faktor utama berkembangnya restoran-restoran khususnya di Kota Bogor. Hal ini terbukti dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mencatat bahwa dari tahun ke tahun terus Bogor mengalami peningkatan, pada Tahun 2006 restoran yang ada di Kota Bogor mencapai 248 dengan pertumbuhan 11,71 persen. Sedangkan untuk tiap tahunnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor menyebutkan bahwa pertumbuhan restoran di kota Bogor mencapai lebih dari 2.29 persen tiap tahunnya. Dengan pertumbuhan café dan restoran – restoran di Bogor yang demikian pesat membuat persaingan bisnis yang semakin ketat.

Tingginya tingkat persaingan dan tuntutan konsumen membuat café perlu untuk menyiapkan strategi serta menerapkannya agar dapat tetap bertahan dan meningkatkan penjualannya. sehingga café tidak hanya menjual makanan dan minuman saja. Hingga akhirnya sebuah café juga menjual konsep untuk menarik

para konsumen. Sehingga muncul pasar dengan persaingan *conceptual café* yang ditandai dengan menjamurnya di Jakarta hingga meluas ke daerah sekitarnya seperti Bogor dan Bekasi.

Akan tetapi dengan konsep *café* yang berbeda dari yang lain saja tidak akan mampu membuat sebuah *café* bertahan di persaingan pasar. Dengan persaingan *café* yang banyak, maka diperlukan promosi agar dapat menarik konsumennya. Agar konsep tersebut dapat menarik konsumen diperlukan sebuah media promosi yang efektif, dimana media promosi tersebut memiliki efisiensi biaya dan juga dapat menjangkau region yang luas.

Begitu pula dengan *café* yang terletak di Bogor, *café* Met Liefde. *Café* ini memerlukan sebuah promosi yang tepat agar dapat mencapai target konsumennya. Maka diperlukan media promosi yang tepat agar dapat mencangkup luas karena persaingan *café* Met Liefde tidak hanya untuk para konsumen yang berada di Bogor namun juga mencangkup Jakarta.

Dengan cangkupan target konsumen yang demikian, *café* ini harus mempunyai media promosi yang tepat dan efektif yang dapat menjangkau target konsumennya yang terletak di Bogor, Jakarta dan sekitarnya. Maka diperlukan *website* sebab dengan media ini dapat menjangkau region yang luas. Sedangkan di sisi lain, *café* Met Liefde tidak mempunyai *website* guna mempromosikan diri mereka. Oleh sebab itu penulis mengambil topik pembuatan *website* *café* Met Liefde.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana visualisasi desain *website* untuk café Met Liefde?

1.3 BATASAN MASALAH

Dalam karya ini akan membahas bagaimana proses pembuatan *website* café Met Liefde. Desain *website* dari café Met Liefde yang penulis rancang diperuntukkan keluarga yang berdomisili di Bogor, Jakarta dan sekitarnya. Dalam pembuatan *website* café Met Liefde penulis tidak mengerjakan bagian bahasa programnya, *coding*.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat konsep *website* untuk café Met Liefde.
2. Membuat visualisasi *website* untuk café Met Liefde.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini membuat konsumen / target audiens menjadi mengetahui akan café Met Liefde. Sedangkan untuk café Met Liefde penelitian ini mempunyai manfaat sebagai media promosi mereka.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB 1. PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat pembahasan mengenai masalah yang melatarbelakangi penelitian yang dilakukan oleh penulis. Setelah itu penulis mencari dasar permasalahan dari penelitian ini, kemudian menentukan tujuan dan manfaat dari penelitian ini. Selain itu bab ini juga membahas mengenai metodologi proyek, yang

berisi tentang tahapan – tahapan yang akan ditempuh dalam proyek ini.

BAB II .TELAAH LITERATUR

Bab ini berisi mengenai teori – teori yang mendasari penelitian ini. Landasan teori ini berumber dari studi pustaka. Teori – teori yang didapat, dikumpulkan dan digunakan sebagai dasar untuk mendasari proyek ini.

BAB III HASIL PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang objek dari tugas akhir ini yaitu café Met Liefde itu sendiri lebih mendalam dan mendetail. Penulis memaparkan hasil pengumpulan data dan proses perancangan desain

BAB IV. ANALISIS RANCANGAN DESAIN

Pada bab ini penulis merancang konsep visual. Kemudian penulis akan menerapkan konsep visual yang sudah disetujui untuk dibuat menjadi media promosi café Met Liefde.

BAB V. PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban atas masalah penelitian yang dilakukan penulis, dan dalam bab ini penulis menuliskan juga kritik dan saran terhadap promosi café Met Liefde.