



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 III

METODOLOGI

3.1 Metodologi Pengumpulan Data

Dalam metodologi pengumpulan data penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Pada metode kualitatif, penulis menggunakan observasi dengan mengunjungi toko-toko roti Tan Ek Tjoan yang berada di lebak bulus, ciputat, dan panglima polim. Studi pustaka dilakukan sebagai teori yang menguatkan serta mendukung data-data yang ada yang merujuk pada media promosi. Terakhir adalah wawancara, dilakukan kepada pemilik toko roti Tan Ek Tjoan untuk mengetahui kondisi Tan Ek Tjoan yang sekarang serta latar belakangnya. Sedangkan pada metode kuantitatif penulis menggunakan kuisisioner atau survei untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap toko roti Tan Ek Tjoan. Metode yang digunakan juga bertujuan untuk membantu proses perancangan.

3.1.1. Wawancara

Pada metode ini wawancara dilakukan kepada Bapak Josey, pemilik dari toko roti Tan Ek Tjoan dengan tujuan agar mendapatkan informasi dan permasalahan yang sedang dihadapi toko roti Tan Ek Tjoan. Wawancara kepada Bapak Josey ini dilakukan pada 27 Februari 2017/27/17 di kantor pusat toko roti Tan Ek Tjoan Ciputat dan penulis juga melakukan wawancara kepada Ibu Rena, yang menjaga serta mengawasi toko roti Tan Ek Tjoan Lebak Bulus. Dari hasil wawancara yang dilakukan, bapak Josey mengatakan roti yang di hasilkan Tan Ek Tjoan tidak berbeda jauh dengan *brand-brand* roti lainnya, karena roti yang dihasilkannya

bervariasi dengan rasanya yang tidak kalah saing. Tetapi yang menjadi keunikan dari roti Tan Ek Tjoan dengan roti-roti lainnya, yaitu roti yang dihasilkan padat, tidak mempunyai pori-pori yang besar, dan lebih berat jika dibandingkan dengan roti lain. Hal ini menandakan bahwa roti Tan Ek Tjoan lebih mengenyakngkan dibandingkan dengan roti lain, apabila roti lain harus mengkonsumsi 2 atau 3 roti untuk kenyang, Tan Ek Tjoan cukup dengan 1 roti saja. Selain itu roti ini aman untuk dikonsumsi karena tanpa bahan pengawet. Penulis juga menemukan permasalahan yang sedang dihadapi toko roti ini, yaitu Tan Ek Tjoan tidak seramai dulu lagi, dan tentu saja mempengaruhi pada omsetnya yang menurun. Hal ini dikarenakan tidak adanya media promosi yang mempromosikan roti Tan Ek Tjoan, sehingga tidak dapat menarik konsumen. Ibu Rena juga mengatakan terdapat penurunan beberapa tahun belakangan ini, dan sangat membutuhkan promosi untuk meningkatkan penjualan. Ibu Rena hanya melakukan promosi pada tokonya di lebak Bulus yang baru buka oktober 2016 lalu dengan media *flyer* dan menggunakan akun *instagram* Ibu Rena sendiri, sedangkan cabang lainnya tidak memiliki media promosi. Oleh karena itu pihak toko roti Tan Ek Tjoan ingin menggunakan media promosi untuk meningkatkan penjualannya.



Gambar 3.1 Wawancara dengan Bapak Josey R. Darwin dan Ibu Rena



Gambar 3.2 Media promosi Tan Ek Tjoan Berupa *Flyer* dan *Instagram*.

3.1.2. Kuesioner

Pada metode Kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan angket *online*, dengan tujuan untuk mendapatkan data-data mengenai pengetahuan masyarakat terhadap toko roti Tan Ek Tjoan, perilaku masyarakat terhadap toko roti Tan Ek Tjoan. Penyebaran angket *online* ini dilakukan pada 21 maret 2017 yang ditujukan kepada

mahasiswa dan pekerja. Dari hasil penyebaran kuisioer ini, terdapat 113 responden yang menjawab kuisioer. Berikut adalah hasil daripada kuisioer:

Tabel 3.1 Hasil Kuisioer

No	Pertanyaan	Terbesar	Terkecil
1	Seberapa sering makan roti dalam seminggu	51 = 2-3 kali	3 = Lebih dari 5 kali
2	Merek roti yang anda ketahui	106 = Sari roti	64 = Tan Ek Tjoan
3	Merek roti apa yang paling sering dibeli	80 = Sari Roti	4 = Tan Ek Tjoan
4	Hal yang menjadi pertimbangan membeli roti	96 = Rasanya 58 = Harganya 38 = yang dapat mengenyangkan	24 = Mereknya 28 = banyak pilihan
5	Apakah anda mengetahui Tan Ek Tjoan	64 = Ya	49 = Tidak
6	Dari mana mengetahui Tan Ek Tjoan	47 = Orang tua 12 = Teman	5 = Internet 0 = Media Cetak
7	Pendapat tentang Tan Ek Tjoan	54 = Legendaris 31 = harganya murah 29 = Rasanya enak	10 = mengenyangkan 7 = Variatif

Berdasarkan hasil kuesioner, responden yang makan roti 2 – 3 kali dan yang lebih dari 5 kali lebih banyak yang mengetahui Sari Roti dibandingkan roti Tan Ek Tjoan. Responden juga lebih sering membeli Sari Roti dibandingkan dengan roti Tan Ek Tjoan. Mereka lebih mempertimbangkan rasa, harga, dan yang dapat mengenyangkan dalam membeli roti. Kebanyakan responden mengetahui Tan Ek Tjoan dari orangtua dibandingkan dengan internet atau media cetak, sehingga menandakan tidak ada media promosi yang dilakukan toko roti Tan Ek Tjoan.

Menurut responden roti Tan Ek Tjoan adalah roti yang legendaries harganya murah dan rasanya enak, tetapi mereka belum menyadari akan kualitas roti Tan Ek Tjoan yang dapat mengenyakan.

3.1.3. Observasi

Metode observasi dilakukan dengan mendatangi langsung ke toko-toko roti Tan Ek Tjoan yang terletak di Ciputat, Lebak Bulus, dan Panglima Polim observasi dilakukan juga pada gerobak Tan Ek Tjoan. Observasi dilakukan pada tanggal 27 februari 2017 dan 4 maret 2017 dengan tujuan untuk mengetahui kondisi toko, produk, dan media promosi yang telah dilakukan selama ini. Pelayanan yang dilakukan saat pertamakali sampai di toko sangat memuaskan. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas dari toko roti Tan Ek Tjoan sehingga konsumen puas dan memiliki kemungkinan untuk datang lagi dikemudian hari. Produk yang dijual pun memiliki berbagai macam varian rasa, tidak hanya roti manis tetapi roti tawar, dan kue basah. Tetapi konsumen yang datang tidak begitu banyak sehingga membuat toko terlihat sepi. Berbeda dengan gerobak sepeda Tan Ek Tjoan, roti yang ada di dalam gerobak terlihat sedikit karena laku terjual.

Berdasarkan hasil Observasi di lapangan, Tan Ek Tjoan belum pernah melakukan promosi dari dulu hingga sekarang, baik dalam digital maupun media cetak, promosi yang dilakukan hanya gerobak sepeda. Hal ini dikarenakan Tan Ek Tjoan tidak memiliki pengetahuan tentang promosi yang baik dan benar, sehingga membuat promosi dengan apa adanya saja. Tetapi zaman telah berubah, banyak pesaing-pesaing lain yang lebih mapan terutama dalam media promosi, sehingga membuat roti Tan Ek Tjoan mulai ditinggalkan. Pemilik Tan Ek Tjoan mengakui

bahwa jika mereka memiliki promosi yang diterapkan dalam media yang baik dan benar akan sangat membantu dalam penjualan mereka serta lebih dikenal masyarakat.



Gambar 3.3 Toko Tan Ek Tjoan Ciputat



Gambar 3.4 Toko Tan Ek Tjoan Lebak Bulus



Gambar 3.5 Toko Tan Ek Tjoan Panglima Polim



Gambar 3.6 Gerobak Tan Ek Tjoan

3.1.4. Studi Pustaka

Metode studi pustaka dilakukan dengan tujuan untuk menguatkan serta mendukung data yang ada. Studi pustaka dilakukan dengan berbagai sumber buku yang berhubungan dengan media promosi, periklanan, pemasaran, desain grafis, dan penelitian.

3.2. Gambaran Umum Perusahaan



Gambar 3.7 Logo Tan Ek Tjoan

Tan Ek Tjoan adalah salah satu usaha yang menjual berbagai macam jenis kue seperti roti manis, roti tawar, kue *pastry*, dan kue basah yang dari zaman dulu bertahan hingga sekarang. Roti Tan Ek Tjoan menggunakan bahan-bahan pilihan yang berkualitas tinggi dan tidak menggunakan bahan pengawet. Karena tidak menggunakan bahan pengawet, roti Tan Ek Tjoan hanya bertahan hanya 3 hari. Tan Ek Tjoan terkenal dari dulu dengan roti andalannya, yaitu roti Gambang dan roti BimBam yang paling banyak dicari orang-orang. Kualitas rotinya pun tidak perlu diragukan lagi karena memiliki kualitas roti yang berbeda dengan roti lainnya, yaitu akan kepadatan rotinya yang dapat membuat kenyang hanya dengan 1 potong roti saja. Hal ini dikarenakan Tan Ek Tjoan selalu konsisten terhadap bahan yang digunakan, sehingga tidak ada pengurangan bahan baku yang digunakan. Rahasia ini lah yang menjadi salah satu resep rahasia daripada roti Tan Ek Tjoan. Harga rotinya pun sangat terjangkau bagi kalangan menengah bawah, karena selain

harganya yang terjangkau dan dapat mengenyakngkan. Hal yang menjadi legendaris lainnya adalah gerobaknya yang hingga sekarang masih beredar di daerah Jakarta dan Tangerang. Gerobak Tan Ek Tjoan sangat membantu dalam penjualannya selain itu gerobak legendaris ini sangat ditunggu-tunggu oleh pembelinya. Hingga sekarang toko roti yang sudah berdiri sejak 1953 ini sudah memiliki 3 cabang yang terletak di ciputat, panglima polim, dan lebak bulus.

3.2.1. Sejarah Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara Tan Ek Tjoan adalah salah satu toko roti yang tertua di Indonesia. Toko roti legendaris ini berdiri pertama kali sejak tahun 1921 di Bogor oleh seorang pemuda Tionghoa yang namanya dijadikan sebagai merek rotinya sendiri. Pada awalnya istri Tan Ek Tjoan bernama Phoa Lin Nio yang pandai membuat roti sedangkan Tan Ek Tjoan mahir dalam dunia bisnis, sehingga mereka memutuskan untuk membuat usaha bersama. Sejak saat itu usahanya berkembang sangat pesat sehingga menjadi sangat populer di kalangan orang Indonesia, dan tionghoa yang kebarat-baratan karena dulu banyak tinggal orang-orang Belanda.

Pada 1950 Tan Ek Tjoan meninggal dunia maka istrinya meneruskan usaha toko roti tersebut. Delapan tahun kemudia istrinya Phoa Lin menyusul kepergiansang suami. Kedua anak dari pernikahan Phoa Lin Nio dan Tan Ek Tjoan yang bernama Tan Bok Nio dan seorang anak laki-laki bernama Kim Tamara alias Tan Kim Thay melanjutkan usaha kedua orang tuanya. Dari hasil kesepakatan Kim Tamara akan melebarkan usaha orangtuanya dan memulai dari awal di Jakarta pada tahun 1953, Tan Bok Nio memegang Bogor.

Seperti kata pepatah buah jatuh tidak jauh dari pohonnya tidak hanya pandai membuat roti, tapi Kim Tamara juga pandai berbisnis. Ia membuka usahanya di tengah kota Jakarta yaitu Cikini. Usaha Kim Tamara di Jakarta semakin maju, ia pun meluaskan usahanya dengan membeli kantor asuransi yang berada di depan rumahnya, dan menjadikan rumahnya sebagai pabrik sedangkan Kim Tamara tinggal di lantai dua toko roti sehingga ia bisa mengawasi seluruh proses pembuatan hingga penjualan roti Tan Ek Tjoan. Semenjak saat itu Tamara mempunyai ide dan memulai ide tersebut dengan berjualan roti menggunakan gerobak sepeda yang kemudian meluas ke daerah. Ciputat, Tangerang, dan Bekasi. Bukan hanya ide gerobak sepeda saja yang ia punya, tetapi Tamara juga membuat varian roti baru yang bernama roti BimBam dengan ciri khas tekstur yang lembut menjadi favorit orang-orang. Munculnya roti bimbam merupakan konsep dari pada filosofi *Yin* dan *Yang*. Roti Gambang yang keras dan roti BimBam yang lembut mendeskripsikan kekuatan *Yin* dan *Yang* yang saling berhubungan dan berlawanan di dunia dan bagaimana mereka saling membangun satu sama lain.

Kim Tamara akhirnya menikah dengan gadis Belanda bernama Elisabeth Tamara Arts, dan memperoleh dua anak yaitu Robert dan Alexandra Salinah Tamara. Pada tahun 2007 Kim meninggal dunia. Anaknya Alexandra melanjutkan usaha ayahnya, tetapi tidak bertahan lama. Pada 2010, ia menyerah dan toko roti Tan Ek Tjoan tidak terurus sama sekali, maka ia meminta teman sepermainan masa kecilnya, Josey Raffly Darwin untuk mengurus perusahaan. Hingga sekarang toko roti Tan Ek Tjoan menjadi milik Bapak Josey.

3.2.2. Lokasi Perusahaan

Tan Ek Tjoan saat ini memiliki 3 outlet yang terletak di Ciputat sebagai pusat yang beralamat di Jalan WR Supratman No:45, Ciputat Timur. Toko roti ini berada tepat di pinggir jalan raya yang di kelilingi oleh penduduk sekitar, sehingga menjadi tempat yang sangat strategis. Tan Ek TJoan juga memiliki cabang di Lebak Bulus yang terletak di Jalan Raya Pasar Jumat No:45E, Jakarta Selatan. Toko ini berada tepat di depan Terminal Bus Lebak Bulus, dan tepat di depannya sedang ada pembangunan Terminal MRT Jakarta, sehingga akan menjadi tempat yang strategis nantinya. Cabang yang terakhir adalah Tan Ek Tjoan Panglima Polim yang terletak di Jalan Panglima Polim IX No:18, RT:2/ RW:7 Melawai, Kebayoran Baru, Jakarta. Lokasi ini menjadi tempat yang sangat strategis karena banyak kendaraan yang melewatinya, dan banyak pedagang kaki lima, sehingga membuat tempat tersebut selalu ramai.



Gambar 3.8 Lokasi Lebak Bulus dan Ciputat



Gambar 3.9 Lokasi Panglima Polim

3.2.3. Produk Perusahaan



Gambar 3.10 Roti Tan Ek Tjoan

Tan Ek Tjoan tidak hanya menjual roti Gambang dan BimBam saja, Tan Ek Tjoan juga menjual beberapa jenis roti dari roti manis, kue *pastry*, roti tawar, dan kue basah. Berikut adalah daftar roti dan kue Tan Ek Tjoan yang penulis dapatkan pada tanggal 04 maret 2017 , yakni:

Tabel 3.2 Data Produk Perusahaan

No	Nama Roti	Harga Roti
1	Roti Daging	Rp. 9.000
2	Roti Coklat Spesial	Rp. 9.000
3	Roti Poles	Rp. 7.000
4	Roti Kacang merah	Rp. 7.000
5	Roti Kastan	Rp. 7.000
6	Roti Abon	Rp. 9.000
7	Roti Ikan Tuna	Rp. 8.500
8	Roti Coklat Keju	Rp. 7.000
9	Roti Keju Poles	Rp. 7.000
10	Roti Keju Spesial	Rp. 9.000
11	Roti Kelapa	Rp. 7.000

Tabel 3.2 Data Produk Perusahaan

No	Nama Roti	Harga Roti
12	Roti Buaya Kecil	Rp. 7.500
13	Roti Kismis	Rp. 6.500
14	Roti Mocca	Rp. 7.000
15	Roti Nanas	Rp. 7.000
16	Roti Nogat	Rp. 7.000
17	Roti Piscok	Rp. 7.000
18	Roti Piskeju	Rp. 7.000
19	Roti Srikaya	Rp. 6.500
20	Roti Kacang Coklat	Rp. 7.000
21	Roti Keju Mentega	Rp. 7.000
22	Roti Kaset Keju	Rp. 12.000
23	Roti Coklat	Rp. 7.000
24	Roti Coklat Keju	Rp. 12.000
25	Roti Roll Coklat	Rp. 7.000
26	Roti Dasi	Rp. 6.500
27	Roti Sosis	Rp. 7.000
28	Bolu Gulung Mocha	Rp. 35.000
29	Bolu Gulung Keju	Rp. 35.000
30	Bolu Gulung Nanas	Rp. 35.000
31	Brownies Coklat	Rp. 35.000
32	Fruit Cake	Rp. 30.000
33	Cake Tape	Rp. 30.000
34	Marmer Cake	Rp. 30.000
35	Roti Istimewa	Rp. 12.000
36	Roti Jumbo	Rp. 11.000

37	Roti Gandum	Rp. 13.500
38	Roti Keju Panjang	Rp. 6.500
39	Roti BimBam	Rp. 13.500
40	Roti Donat	Rp. 6.500
41	Roti Gambang	Rp. 6.500

3.3 Kompetitor

3.3.1. Roti Lauw



Gambar 3.11 Logo Lauw

Toko Roti Lauw pertama kali didirikan pada tahun 1940 oleh Lauw Eng Nio dan pada tahun 1945 usaha roti ini diberikan kepada Ncun Suryadi lalu pada tahun 1969 diteruskan oleh Pandji Suryadi. Hingga sekarang usaha ini diteruskan oleh anaknya, Ronico Yuswardi. Lauw pertamakali berlokasi di Jl. Raya Srikaya 10, Boplo, Jakarta Pusat yang hingga sekarang dijadikan kantor pusat dan pabrik. Lauw memiliki ciri khas yang membuatnya bertaham hingga sekarang ini, yaitu cita rasa dan aroma klasik tradisional roti belanda. Roti lauw memiliki berbagai macam jenis roti dari roti tawar, roti manis hingga aneka kue lainnya Lauw juga memiliki roti andalan yang dicari orang-orang yaitu roti buaya yang menjadi tradisi orang betawi ketika melangsungkan pernikahan. Setiap harinya Lauw memproduksi roti untuk

dijual melalui tokonya dan gerobak-gerobaknya. Lauw hingga saat ini memiliki 300 gerobak. Hingga saat ini toko dan tempat pemasaran roti yang berjumlah 3, yang berlokasi di Fatmawati, Bintaro, dan Menteng.



Gambar 3.12 Toko dan Gerobak Lauw Bakery

3.2.1.1 Produk Kompetitor

Dari hasil observasi yang dilakukan, penulis telah mendata produk-produk roti Lauw. Berikut adalah produk-produk roti Lauw yang penulis dapatkan pada tanggal 06 maret 2017, sebagai berikut:

UMMN

Gambar
Lauw
Tabel 3.3



3.13 Roti

Data Produk
Kompetitor

No	Nama Roti	Harga Roti
1	Kue sus	Rp. 6.500
2	Donat	Rp. 6.500
3	Roti Gambang	Rp. 6.500
4	Roti Coklat	Rp. 6.500
5	Roti Kelapa	Rp. 6.500
6	Roti Mocha	Rp. 6.500
7	Roti Nanas	Rp. 6.500
8	Roti Kacang Hijau	Rp. 6.500
9	Roti Susu	Rp. 6.500
10	Roti Dasi	Rp. 6.500
11	Roti Keju	Rp. 6.500
12	Roti Kismis	Rp. 8.000
13	Roti Coklat Spesial	Rp. 8.000
14	Roti Cinnamon	Rp. 8.000
15	Roti Coklat Keju	Rp. 8.000
16	Roti Roll Keju	Rp. 8.000
17	Roti Keju Spesial	Rp. 8.000
18	Roti Pisang Coklat	Rp. 8.000
19	Roti Pisang Keju	Rp. 8.000
20	Roti Donat Keju	Rp. 8.000
21	Roti Gambang	Rp. 8.500
22	Roti Gambang Keju	Rp. 8.500
23	Roti Daging	Rp. 8.500
24	Roti Smoke Beef	Rp. 8.500
25	Roti Sosis	Rp. 8.500
26	Roti Goreng	Rp. 8.500

27	Roti Pizza	Rp. 8.500
28	Roti Daging Goreng	Rp. 8.500
29	Roti Kombinasi	Rp. 10.000
30	Roti Buaya	Rp. 10.000
31	Roti Kura-kura	Rp. 10.000
32	Roti Manis Kosong	Rp. 10.000
33	Roti Tawar	Rp. 12.000

3.4. Analisa SWOT

Hasil analisa *SWOT* bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai hal secara sistematis agar dapat menemukan jawaban dari permasalahan yang ada dan merupakan strategi yang tepat untuk sebuah perusahaan. Menurut Freddy Rangkuti (2015:5) ada beberapa jenis analisa yang dapat dilakukan yaitu berupa kekuatan (*strength*), dan peluang (*opportunity*) untuk menemukan kelebihan yang dimiliki perusahaan, kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*) untuk menemukan kekurangan dari perusahaan. Berdasarkan hasil analisa *SWOT* toko roti Tan Ek Tjoan adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan (*strength*)

- *Brand* sudah dikenal dari tahun 1953.
- Memiliki tagline “Setia Sepanjang Jaman“.
- Rasa roti, dan tekstur roti yang berkualitas.
- Kepadatan roti, dan berat dapat mengenyangkan.
- Roti andalan Gambang dan Bimbam.
- Harganya yang terjangkau.
- Bahan produk yang terjamin dan berkualitas serta tidak mengandung bahan pengawet.

2. Peluang (*opportunity*)

- Roti tidak hanya untuk sarapan saja, tetapi juga dapat dikonsumsi pada saat sela-sela jam makan sebagai makanan ringan untuk mengurangi lapar.
- Lokasi toko yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.
- Di kalangan tertentu sudah banyak yang mengetahui Tan Ek Tjoan meski belum banyak yang mengkonsumsi.
- Memiliki gerobak sepeda yang berkeliling menghampiri konsumen.

3. Kelemahan (*weakness*)

- Tidak memiliki media promosi untuk menarik para konsumen.
- Tidak dijual di mini market.
- Hanya memiliki tiga *outlet* saja.

4. Ancaman (*threat*)

- Banyaknya pesaing-pesaing yang memiliki *brand* roti lebih mapan dan modern.
- Banyak persaingan yang lebih modern dan berkembang dengan adanya media promosi yang mempromosi *brand* roti mereka.
- Banyaknya *brand* roti lain yang dijual di minimarket seperti Indomaret, Alfamart, dan lain-lain

3.5. Metodologi Perancangan

Metode perancangan yang dibahas oleh penulis disini adalah bagaimana langkah-langkah perancangan media promosi toko roti Tan Ek Tjoan. Robin Landa

(2013:73) dalam bukunya *Graphic Design Solution* menjabarkan langkah-langkah metode perancangan sebagai berikut:

1. Orientasi

Di dalam tahap ini, penulis mencari data-data dari sumber yang terpercaya, yang nantinya akan menjadi pedoman dalam merancang media promosi Tan Ek Tjoan. Pengumpulan data yang telah dilakukan penulis ialah wawancara terhadap Bapak Josey selaku pemilik toko roti Tan Ek Tjoan, sehingga data yang didapat akurat, dan terpercaya, untuk bertanya tentang sejarah, kualitas roti, dan jenis-jenis roti yang dijual. Selanjutnya penulis akan mengumpulkan data dari konsumen-konsumen dengan cara menyebarkan kuisisioner *online* untuk mengetahui informasi serta perilaku konsumen terhadap toko roti Tan Ek Tjoan. Apakah mereka mengetahuinya atau tidak.

2. Analisis Data

Setelah mengumpulkan data-data yang diperoleh, penulis dapat melakukan analisis data-data tersebut. Dari hasil analisis yang dilakukan yaitu toko roti legendaris ini sudah dikenal sejak 1953 di Jakarta oleh banyak orang. Tetapi sekarang pembeli roti Tan Ek Tjoan sudah mulai berkurang karena banyaknya pesaing-pesaing roti modern. Banyak konsumen yang mengatakan kalau roti ini mengingatkan mereka pada masa muda mereka dulu, setiap kali melihat Tam Ek Tjoan mereka mengingat momen nostalgia yang tak terlupakan, dimana terdapat momen-momen indah didalamnya seperti pada kengan pertama, dan lain-lain.

3. Konsep Visual

Pada tahap ini penulis akan menentukan konsep desain yang akan dibuat dari hasil analisa yang dilakukan yaitu memori masa lalu mereka saat memakan roti Tan Ek Tjoan. Penulis ingin mengajak konsumen bernostalgia dengan mengingatkan mereka pada momen-momen indah mereka yang tak terlupakan saat memakan roti Tan Ek Tjoan. Konsep visual tersebut didukung dengan fotografi yang menggambarkan momen remaja dan anak-anak dimana terdapat momen yang tak terlupakan, dengan latar dan *setting* yang memberikan kesan terlihat jadul, serta pesan ajakan untuk menemukan momen mereka sendiri. Sehingga yang melihatnya nanti akan teringat kembali pada momen indah mereka dulu yang tak terlupakan.

4. Desain

Setelah menemukan konsep desain yang matang, penulis akan mengembangkan konsep tersebut kedalam bentuk sketsa. Penulis akan menghasilkan beberapa sketsa yang akan menjadi alternatif desain. Setelah mendapatkan alternatif sketsa, penulis akan menentukan yang paling terbaik, selanjutnya dikembangkan kedalam bentuk digital. Digitalisasi dilakukan dengan memanipulasi foto yang telah dipilih sehingga *setting* latar dan tempat terlihat jadul, lalu diberikan *caption* untuk menjelaskan momen tersebut seperti “mengingatkanku pada kencan pertama”. Setiap foto selalu diawali dengan *caption* “mengingatku pada...” untuk menegaskan momen tersebut. Selanjutnya dilengkapi dengan elemen-elemen desain yang dapat mendukung pembuatan desain menjadi lebih baik

seperti supergrafis, warna, foto produk, tipografi, dan logo yang sesuai dengan sketsa yang sudah ditentukan.

5. Implementasi

Pada tahap terakhir, desain yang sudah dibuat dan disempurnakan dalam bentuk digital diimplementasikan ke dalam media promosi yang telah ditentukan oleh penulis. Yaitu pada media primer poster, *billboard*, dan, media sosial. Media sekunder yaitu, katalog, *flyer*, *website*, *x-banner*, mobil, dan *merchandise*. Pada saat diimplementasikan, penulis harus memperhatikan ukuran pada media-media yang sudah ditentukan tersebut, dan menata ulang desain tetapi tetap terlihat serupa hal ini dilakukan untuk menjaga konsisten yang ada pada desain. Sehingga media promosi yang akan digunakan ini menjadi tepat dan efektif nantinya.

UMMN