



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Kopi merupakan salah satu tanaman yang banyak ditemukan Indonesia, kopi merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia (2017), salah satu daerah penghasil kopi terbesar di Indonesia adalah di provinsi Lampung dengan total 115,5 ribu ton pada tahun 2016 dan meningkat pada tahun 2017 menjadi 116,3 ribu ton. Menurut Budiman (2012), keberadaan industri kopi di Lampung merupakan salah satu sumber daya unggulan. Tanah Lampung yang subur serta luas mendukung pembudidayaan kopi milik rakyat di Lampung, khususnya kopi berjenis robusta. (hlm. 527)

Menurut Maharani (2014) salah satu kopi bubuk olahan tertua di Lampung adalah kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia, yang sudah berdiri sebelum tahun 1911. Kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia ini merupakan biji kopi murni tanpa campuran beras, jagung, dan bahan kimia. Produksi kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia masih dilakukan setiap hari guna menjaga kesegaran dari bubuk kopi, sumber pengambilan biji kopi tidak berubah sama sampai sekarang, hal ini ditujukan agar konsistensi produk tetap terjaga. Kopi bubuk ini menggunakan kopi jenis robusta yang dikenal memiliki aroma khas yang harum, bubuk yang halus, rasa pahit yang cukup tinggi dan mengandung kafein yang banyak. (hlm. 5)

Berdasarkan wawancara dengan salah satu pengelola kopi Sinar Baru Cap Bola Dunia, Marcella (2019) kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia hanya dipasarkan di seputar Lampung dan dijual di outlet yang berlokasi di jalan Ikan Kakap Teluk Betung Lampung, kopi Sinar Baru Cap Bola Dunia juga lebih banyak dikenal oleh orang tua. Saat ini promosi yang telah digunakan kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia hanya sebatas menggunakan akun facebook pribadi saja, *yellow pages*, dan dikenal melalui WOM (*word of mouth*) atau dari mulut ke mulut. Banyaknya produsen kopi bubuk baru yang serupa di Lampung dan lebih dikenal, menyebabkan penjualan kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia menurun. Selain itu kurangnya *brand awareness* di benak konsumen, dan kurangnya promosi yang dilakukan kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia menyebabkan kopi tertua di Lampung ini tidak dikenal masyarakat Lampung, padahal kopi ini telah berdiri lama di Lampung. (Maharani, 2014)

Berdasarkan penjabaran masalah di atas maka diperlukan perancangan promosi untuk kopi Sinar Baru Cap Bola Dunia, menurut Morrisian (2010) promosi berguna untuk menarik konsumen dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Maka dari itu penulis tertarik untuk merancang promosi untuk kopi Lampung Sinar Baru Cap Bola Dunia agar lebih dikenal semua kalangan dan semua usia serta dapat meningkatkan *awareness* kopi Sinar Baru Cap Bola Dunia.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa masalah yang dihadapi adalah:

1. Bagaimana merancang promosi Kopi Lampung Sinar Baru Cap Bola Dunia untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap kopi olahan tertua di Lampung yaitu Sinar Baru Cap Bola Dunia?

1.1. Batasan Masalah

Tugas akhir ini hanya merancang promosi untuk kopi Lampung Sinar Baru Cap Bola Dunia. Selain itu penulis juga menentukan target audiens yang dituju tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Demografis:

- Usia : 21-25 Tahun
- Gender Utama : Laki-laki
- Gender Sekunder : Perempuan
- Pendidikan : >SMA
- Kelas Ekonomi : Menengah

2. Psikografis:

- Ketertarikan : Menyukai dan tertarik terhadap kopi tradisional.

3. Geografis:

- Lampung dan sekitarnya.

1.2. Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan dari tugas akhir yang penulis harapkan adalah merancang dan menciptakan promosi yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap kopi olahan tertua di Lampung yaitu Sinar Baru Cap Bola Dunia.

1.3. Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat bagi penulis

Tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis untuk mempraktekan semua ilmu dan pengetahuan yang sudah penulis dapatkan selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu menambah wawasan penulis mengenai promosi produk, serta melatih cara berpikir dan analisa penulis.

2. Manfaat bagi orang lain

Tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca lainnya, menambah wawasan dan kesadaran mengenai produk kopi Lampung Sinar Baru Cap Bola Dunia sebagai salah satu kopi tertua.

3. Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara

Manfaat tugas akhir ini sebagai tambahan koleksi dan teori perpustakaan khususnya dalam bidang promosi dan sebagai sumber referensi untuk angkatan berikutnya.