



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

Kafe di Indonesia pada era sekarang sudah semakin menjamur hampir di seluruh wilayah belahan dunia, sedikitnya dalam 3 tahun terakhir kemunculan kafe meningkat 10% di kota-kota besar di Indonesia, di Jakarta dan sekitarnya saja ada 1500 kafe mulai dari warung kopi yang tradisional hingga tempat untuk mengopi yang modern (<http://wartakota.tribunnews.com>). Meminum kopi dan menghabiskan waktu di kafe hampir sudah seperti gaya hidup seseorang. Kafe juga semakin berlomba-lomba untuk memberikan rasa kopi yang pas untuk pelanggan.

Melihat fenomena kafe yang berlomba-lomba untuk memberikan sajian kopi terbaik kepada pelanggan membuat permintaan pasar terhadap pembuat *espresso* semakin besar. Namun alat kopi yang tersedia pada umumnya berasal dari luar negeri dan bermaterial kurang kuat. Hal itu yang menjadi hambatan bagi para pemula bisnis kopi di Indonesia. Disisi lain ternyata terdapat alat kopi untuk menghasilkan sebuah *espresso* buatan lokal yaitu RED Presso akan tetapi produk lokal rupanya kurang memiliki tempat dimasyarakat, dikarenakan upaya promosi yang dilakukan produk lokal tersebut tidak mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi konsumen, padahal kualitas yang ditawarkan sudah memenuhi kriteria seperti produk lainnya.

Hal tersebut didukung oleh hasil wawancara terhadap Ibnu Sina ketua Cangkir Jalanan dan 5 orang *Barista* di Tangerang yang sudah menggunakan RED Presso dan juga pernah menggunakan ROK Presso pada Selasa, 02 Oktober 2018 mengatakan bahwa RED Presso mempunyai keunggulan dalam menghasilkan krema yang lebih maksimal dan keunggulan sistem pengoperasian yang menggunakan satu tuas sehingga memudahkan pengguna, namun memiliki daya tekan yang cukup kuat ditambah dengan mempunyai material yang cukup kuat.

Penulis juga melakukan wawancara kepada pembuat alat tersebut Irawan Halim (pembuat) pada tanggal 27 Desember 2016, promosi RED Presso yang sudah dilakukan hanya melalui sosial media seperti facebook dan instagram *non official*, mengikuti *event*, dan juga mulut ke mulut, sehingga berdampak kepada eksistensi RED Presso yang kurang dikenal. Hal tersebut didukung dengan hasil kuesioner yang penulis lakukan terhadap 35 orang *Barista* di Tangerang, 70% tidak mengetahui tentang adanya alat kopi RED Presso. 30% mengetahui alat kopi RED Presso namun tetap menggunakan alat kopi ROK Presso. Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner bahwa RED Presso kurang mendapatkan kesempatan untuk memperkenalkan brand kepada konsumen, ini disebabkan oleh lemahnya pengetahuan masyarakat tentang kekuatan produk dan juga dikarenakan promosi yang dilakukan kurang jelas.

Berdasarkan perihal diatas, diperlukan suatu promosi yang jelas terhadap RED Presso agar dapat lebih dikenal, serta masyarakat dapat mengetahui keunikan dan kepribadian dari produk ini.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang promosi alat kopi RED Presso ?

1.3. Batasan Masalah

Dalam perancangan promosi alat kopi RED Presso, penulis membatasi masalah sebagai berikut :

1. *Segmenting*

a.) Geografis :

Indonesia, sampel populasi dari wilayah Kota Tangerang.

b.) Demografis :

- Gender : Laki-laki dan perempuan.

- Usia : 25-35 tahun, berdasarkan rata-rata usia barista di wilayah Kota Tangerang.

- Pendidikan : Sekolah menengah atas dan sederajat.

- Pekerjaan : Barista dan wirausaha kafe.

- Kelas ekonomi : B-A.

2. Psikografis :

The aspirator, orang-orang yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi dan mempunyai koneksi sosial yang luas.

- Kepribadian : Hidup sehat, memikirkan manfaat dari minuman yang dikonsumsi

- Aktivitas : Bekerja.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang promosi alat kopi RED Presso.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Penulis dapat lebih memahami seperti apa proses dalam membuat suatu promosi terhadap sebuah produk yang tepat agar masyarakat dapat mengetahui citra produk, keunikan sebuah produk, dan kepribadian produk tersebut.

2. Untuk Akademisi, khususnya Universitas Multimedia Nusantara. Perancangan ini dapat menjadi pembelajaran baru tentang bagaimana membuat sebuah promosi terhadap produk yang tepat.

3. Untuk produk RED Presso, diharapkan dari sebuah "Perancangan Promosi Alat Kopi RED Presso" ini dapat lebih dikenal oleh banyak orang sebagai alat kopi produk lokal yang berkualitas dan menjadi pilihan utama dari target konsumen dan masyarakat.

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