



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

Perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini sedang banyak dipengaruhi dari bisnis kreatifnya. Dari data BEKRAF (2016) produk domestik bruto Indonesia sebesar 800 miliar rupiah dan terus meningkat sampai di tahun 2018 mencapai 1,1 triliun. Kenaikan ini dikarenakan semakin banyak yang memulai bisnis kreatif di Indonesia. Dari 118 juta orang pada umur produktif di Indonesia terdapat 16 juta orang yang memasuki bisnis kreatif dengan pertumbuhan 5,95%. Ekonomi kreatif teratas di Indonesia adalah kuliner, fashion, dan kriya (hlm 14-18).

Salah satu merek dari Indonesia yang masuk dalam industri kreatif di bidang fashion adalah Orbit Gear. Melalui hasil wawancara dengan salah satu pendiri dan pemilik dari Orbit Gear bernama Yostria, mengatakan Orbit Gear adalah sebuah merek yang berdiri sejak tahun 2008 yang fokus pada pembuatan tas, yang melalui berbagai perkembangan hingga tahun 2017 membuat konsep baru. Saat ini Orbit Gear membuat produk tas dan pakaian yang berkonsep *technical* dan modular. Orbit Gear merupakan merek yang dikenal dikalangan merek lokal Indonesia, karena konsep dan kualitas dari produk mereka. Terkenalnya Orbit Gear dapat terlihat dari seringnya masuk pada media antara merek lokal yaitu USS FEED. Orbit Gear saat ini sudah memiliki *retailer* di beberapa kota besar seperti Jakarta, dan Surabaya. Sedangkan di mancanegara sudah ada di Singapura, dan China.

Dari hasil analisa, penulis menemukan masalah yaitu kurang tepatnya komunikasi yang digunakan Orbit Gear pada promosi mereka. Cara komunikasi promosi yang digunakan Orbit Gear lebih banyak menunjukkan seperti katalog dan estetika dari *technical gear*. Dengan komunikasi demikian, Orbit Gear lebih diterima oleh konsumen dari luar Indonesia. Sedangkan di Indonesia, melihat komunikasi promosi tersebut kurang dapat menerimanya. Kurang tepatnya komunikasi dalam promosi yang digunakan Orbit Gear berdampak kepada penjualannya yang lebih besar di luar Indonesia, hingga memiliki perbandingan 90% penjualan ke luar dan 10% di Indonesia.

Masalah yang ada pada komunikasi promosi dari Orbit Gear ini, penulis memiliki harapan akan membuat promosi untuk menaikkan penjualan Orbit Gear di pasar lokal, sehingga Orbit Gear ini juga semakin dikenal dan banyak dipakai di kalangan konsumen Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan masalah diatas, dapat dirumuskan masalah yaitu :

- Bagaimana merancang visual promosi yang dapat menarik konsumen Indonesia agar mengetahui kelebihan produk dari Orbit Gear?

1.3. Batasan Masalah

Dalam perancangan promosi ini agar fokusnya tidak menyebar terlalu luas, maka diperlukan batasan masalah. Penulis mengambil batasan masalah ini berdasarkan STP (*Segmentation Targeting Positioning*) dari Orbit Gear.

Dengan mengikuti STP dari Orbit Gear maka dapat dibentuk batasan masalah sebagai berikut :

- Demografis :

- Jenis kelamin : laki-laki
- Usia : 21-35 tahun
- Penghasilan : SES A - B

- Geografis :

- Indonesia (Jabodetabek)

- Psikografis :

- Memiliki aktivitas yang banyak
- Memiliki mobilitas yang tinggi
- Orang-orang yang bekerja

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Perancangan ini dibuat oleh penulis agar dapat mengkomunikasikan tentang keunikan dari produk yang dibuat oleh Orbit Gear kepada masyarakat *Jabodetabek* yang setiap harinya bepergian, sehingga dapat menaikkan angka penjualan Orbit Gear di regional Indonesia.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Untuk Penulis

Melalui perancangan media promosi untuk Orbit Gear ini digunakan sebagai suatu bentuk karya tugas akhir yang dari hasil studi di Universitas Multimedia Nusantara dan menjadi syarat kelulusan. Selain sebagai syarat kelulusan, perancangan ini juga sebagai karya portfolio dari penulis.

2. Untuk Universitas Multimedia Nusantara

Perancangan media promosi Orbit Gear ini juga menjadi referensi pengerjaan tugas akhir lainnya dan koleksi pustaka untuk perpustakaan Universitas Multimedia Nusantara

3. Untuk Orbit Gear

Melalui perancangan media promosi Orbit Gear ini, diharapkan dapat menaikkan *awareness* dari masyarakat di Indonesia tentang Orbit Gear dan menaikkan angka penjualan di regional Indonesia.