



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

Pada era ini, kemajuan teknologi dibidang percetakan melaju sangat cepat, salah satu teknologi yang berperan besar adalah *three-dimensional (3D) printing*. Sejak tahun 2014 sampai saat ini, teknologi *3D printing* tak hanya berdampak pada industri manufaktur saja, namun juga pada berbagai bidang, seperti lingkungan, kesehatan, pendidikan, transportasi dan sebagainya (Hale, 2019). Dikutip dari laman www.saltstrong.com teknologi *3D printing* membantu permasalahan kerusakan ekosistem terumbu karang (Simonds, 2018). Selain itu, teknologi *3D printing* juga berperan dalam pembuatan organ manusia (Alexander, 2017).

Lain halnya di Indonesia, teknologi *3D printing* masuk ke Indonesia sejak tahun 2010. Teknologi *3D printing* di Indonesia belum populer karena kurangnya informasi dan sosialisasi terkait teknologi baru tersebut (The Daily Oktagon, 2017). Merujuk pada pernyataan Menteri Perindustrian, Ir. Airlangga Hartarto dalam laman Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (Kemenperin, 2019) mengatakan bahwa lima teknologi utama yang menopang pembangunan sistem industri 4.0, yaitu IoT, *Artificial Intelligence (AI)*, *Human–Machine Interface*, teknologi robotik dan sensor, serta teknologi *Three-Dimensional (3D) Printing*. Hal tersebut yang semakin memicu munculnya perusahaan yang menawarkan jasa *3D printing* karena melihat potensi masa depan teknologi tersebut.

Fomu *3D printing* (yang selanjutnya ditulis Fomu) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *3D printing* sejak tahun 2015. Berdasarkan

wawancara dengan salah satu pendiri Fomu, Fikri Haikal, banyak bermunculan kompetitor baru dibidang serupa yang membuat Fomu kurang memiliki *awareness* di mata masyarakat. Keberadaan Fomu sebagai ‘pemain lama’ telah dikalahkan oleh kompetitor baru yang sudah memiliki klien besar. Hal tersebut yang menyebabkan omset usaha Fomu menjadi menurun. Klien besar akhirnya lebih memilih kompetitor Fomu yang sudah sering menangani klien besar. Padahal, Fomu memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh kompetitornya, termasuk kompetitor terbesarnya. Keunggulan yang dimilikinya adalah pada layanannya. Fomu memberikan layanan *All in One*, artinya klien akan menerima selesainya pesanan dengan lengkap, mulai dari proses awal sampai kebutuhan penambahan media atau teknik pendukung seperti *cutting* laser, objek 3D yang dilukis, kotak dan alas papan akrilik, serta media pendukung lainnya sesuai proyek yang ditangani, sehingga klien menjadi dimudahkan karena tidak perlu sukar perihal pemasangan produk sampai selesai. Keunggulan lainnya, jam operasional Fomu ialah sehari 24 jam dan secara otomatis menyebabkan waktu pengerjaan Fomu yang lebih cepat dari pada pesaingnya. Klien yang memiliki *deadline* ketat akan sangat dimudahkan.

Meskipun Fomu sudah melakukan beberapa promosi yaitu melalui media Instagram, Facebook, Google Ads, dan *website*, namun konten media promosi tersebut belum menyampaikan pesan keunggulan Fomu yang berbeda dari pesaingnya, yaitu layanan *All in One* dan jam operasinal 24 jam. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan media promosi yang bertujuan meningkatkan *awareness*, agar masyarakat Indonesia lebih mengenal Fomu 3D

printing dengan keunggulan layanannya yang memudahkan masyarakat. Melalui uraian fenomena di atas, maka penulis meneliti dan merancang Perancangan Media Promosi Bisnis Fomu 3D *Printing* untuk Tugas Akhir.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang strategi promosi Fomu 3D *printing* untuk dapat meningkatkan *awareness* dibidang percetakan 3D?
2. Bagaimana perancangan visual media promosi Fomu 3D *printing* sehingga dapat meningkatkan *awareness* dibidang percetakan 3D?

1.3. Batasan Masalah

Perancangan media promosi ini dibatasi oleh beberapa hal agar lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas. Hal tersebut antara lain:

1. Geografis : Jabodetabek
Khususnya Jakarta sebagai kota industri
2. Demografis
 - Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - Usia : 20-35 tahun
 - Pendidikan : SMA, S1
 - Kelas ekonomi : SES A

Bidang : Industri Otomotif, Arsitektur, Desain Interior,
Desain Produk, *Fashion Design*, Industri Kuliner,
Desain Komunikasi Visual.

3. Psikografis berhubungan dengan orang-orang dari perusahaan dan bidang pendidikan yang memilih menerima jadi suatu pekerjaan tanpa ingin repot. Orang-orang yang ingin cepat dan mengutamakan ketepatan waktu, penuh dengan perencanaan.
4. Ruang lingkup perancangan dibatasi penulis pada strategi dan visualisasi untuk mewujudkan media promosi melalui media cetak dan *online* yang meningkatkan eksistensi bisnis Fomu 3D printing.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang media promosi yang tepat agar dapat meningkatkan *awareness* bisnis Fomu 3D *printing*.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Melalui Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Media Promosi Bisnis Fomu 3D *printing*, penulis memiliki pengalaman, ilmu dan wawasan lebih karena terlibat langsung pada penelitian nyata, yakni objek penelitian yang membutuhkan media promosi, sehingga penulis dapat menerapkan segala teori yang selama ini dipelajarinya yang berkaitan dengan permasalahan topik ini. Selain itu, manfaat yang penulis berikan kepada bisnis Fomu 3D *printing* selaku objek penelitian, dengan adanya karya Tugas Akhir ini dapat membantu mengurangi atau menjadi solusi dari permasalahan terkait desain visual dalam segi promosi.

Sementara itu, target audiens dapat merasakan manfaat Tugas Akhir ini, mereka dapat mengetahui lebih mengenai Fomu 3D *printing*, khususnya perihal layanan-layanan unggulan yang memudahkan mereka, dimana tidak ditemukannya layanan tersebut diberbagai kompetitor. Sehingga target audiens dapat lebih mudah memenuhi kebutuhannya dalam sektor 3D aplikasi.

Bagi Universitas Multimedia Nusantara (UMN), melalui Tugas Akhir ini dapat menjadi sarana edukasi dan berperan sebagai tolak ukur dari karya-karya alumni UMN, sehingga masyarakat luar dapat menilai kualitas universitas yang dibawanya dan semakin memperkenalkan UMN dimata masyarakat. Terlebih lagi, sebagai pemicu untuk calon mahasiswa atau mahasiswa baru untuk bersama-sama menghasilkan karya yang bermanfaat untuk bangsa dan orang-orang disekitar.