



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

Industri kuliner adalah industri yang besar dan terus berinovasi sehingga permintaan konsumen selalu meningkat secara pesat tiap waktunya dan tidak pernah berhenti seiring berjalannya jaman. Perkembangan ini terus menerus secara luas memiliki ide dan inovasi yang diberikan dalam bisnis kuliner itu, maka dari itu pemegang bisnis kuliner berlomba-lomba mencari berbagai macam inovasi baru untuk mempertahankan usaha kuliner mereka ditengah maraknya pesaing baru di bisnis kuliner saat ini. Oleh sebab usaha yang perlu di lakukan untuk mendukung usaha kuliner tersebut adalah melakukan media promosi sebagaimana kuliner itu berjalan tidak bisa sendiri, melainkan perlu hal pendukung dalam usaha tersebut antara lain bentuk promosi yang besar dan menyeluruh.

Salah satunya adalah outlet kuliner yang terdapat di kota Jakarta yaitu Ayam Gepuk Pak Gembus. Restoran ini berdiri pada tahun 2013 yang berasal dari kota Jogakarta dan didirikan oleh sosok pekerja keras yaitu Rido Nurul Adityawan yang merupakan *owner* dari Ayam Gepuk Pak Gembus. Belakangan ini banyak outlet kuliner ayam yang sedang naik daun dan berlomba-lomba mencari keuntungan, salah satu pesaing Ayam Gepuk Pak Gembus adalah Mr Crispy dan Ayam Geprek Benu, kedua pesaing ini memiliki ciri khas masing-masing di antaranya Mr Crispy mempunyai banyak varian rasa seperti ayam dengan aneka topping sambal yang bervariasi dan rasa ayam yang berbeda-beda

dari cara penggorengannya yang umumnya digemari kaum millennial, serta Ayam Geprek Benu yang menggunakan jenis promosi *brand ambbsador* dirinya yakni Ruben Onsu selaku artis dan owner Ayam Geprek Benu itu.

Kedai Ayam Gepuk Pak Gembus adalah sebuah tempat makan yang menyajikan menu makanan khas ayam goreng dengan ciri khas di gepuk, digoreng tanpa tepung yang dibaluti dengan sambal sebagai ciri khas ayam itu yang membuat penikmatnya sangat ketagihan dan tergila-gila saat mencicipi sambal bawang yang segar itu, arti kata gepuk itu sendiri adalah ayam gurih yang di unkep dan di goreng kering serta dibaluti sambal yang pedas serta dipukul-pukul saja atau biasa di sebut gepuk. Walaupun hanya sedikit varian rasa yang diberikan Ayam Gepuk Pak Gembus, para konsumen tetap menyukai Ayam Gepuk ini dari segi rasa dan harga yang diberikan.

Ayam Gepuk Pak Gembus yang berdiri sudah cukup lama ini sudah memiliki 368 outlet yang tersebar di wilayah Jakarta, namun untuk bersaing dengan pesaingnya bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan oleh owner Ayam Gepuk Pak Gembus. Ayam Gepuk Pak Gembus ini memiliki menu ayam sambal andalan dan cabang yang termasuk banyak, akan tetapi masih cukup banyak masyarakat yang belum semua mengetahui keberadaan outlet ini dikarenakan kurang mempromosikan dirinya, sehingga konsumen tidak mengetahui menu apa yang menjadi andalan ayam gepuk pak Gembus, Ayam Pak Gembus hanya membuat media *flyer* yang hanya terdapat di tempat tertentu saja dan hanya memiliki tampilan menu tempel di tembok, tidak adanya sama sekali bentuk

promosi di meja makan seperti *book menu* dan *table number* yang biasanya terdapat promo-promo menarik di outlet itu.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang Media Promosi Ayam Gepuk Pak Gembus?

1.3. Batasan Masalah

1. Demografis

- Usia: 17-25 Tahun
- Gender: Pria dan Wanita
- Pendidikan: SMA keatas
- SES: B (menengah dan atas)

2. Geografis

- Jakarta

3. Psikografis

- Untuk anak-anak dan orang dewasa yang suka makan ayam goreng

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan diatas, target penulisan ini untuk melakukan perancangan Media promosi Ayam Gepuk Pak Gembus agar sesuai dengan identitas atau *brand* Ayam Pak Gembus itu sendiri.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang bisa diperoleh dari Tugas Akhir ini, meliputi:

1. Untuk Penulis

Merupakan salah satu syarat kelulusan dan sebagai sarana penambah wawasan dan pengetahuan sebagai bentuk karya dalam proses pembelajaran yang dilakukan.

2. Manfaat sebagai pembaca

Diharapkan mereka dapat memahami seperti tata cara menentukan sebuah identitas visual yang baik dan terukur serta memiliki kesan yang jelas dalam unsur *good design* baik dari segi visual maupun penulisan yang ada di dalamnya.

3. Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara

Menambah tugas akhir dan juga membantu mahasiswa di masa setelahnya yang membutuhkan data agar dapat di kembangkan dalam proses tugas akhir berikutnya yang terus berkembang.