



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

Bunga merupakan perlambang dari banyak peristiwa di muka bumi ini. Mulai dari tanda cinta, ikon penyambutan (seperti yang dilakukan masyarakat Hawaii yang menggunakan karangan bunga khusus bernama Lei, untuk menyambut datangnya tamu penting), tanda sukacita, hingga dukacita. Sistem kekeluargaan masyarakat Indonesia yang ditunjang dengan kesetiakawanan yang kuat juga mengambil bagian dalam membangun sebuah budaya mengirim bunga ucapan untuk turut merasa suka maupun duka baik dalam hal bisnis, pribadi dan keluarga. Hingga saat ini, budaya komunikasi dengan bunga semakin berkembang dan meluas kepada event-event budaya dan nasional.

Budaya berkomunikasi melalui bunga sendiri sebenarnya telah muncul sejak zaman Victoria. Di masa pemerintahan Ratu Victoria, bunga dijadikan sebuah makna baru ketika harumnya dianggap menyampaikan sebuah pesan. Ketika percakapan belum sebebaskan sekarang, bunga berani mengatakan dengan tegas apa yang tidak bisa dikatakan oleh mulut.

Di masa ini pulalah lahir kamus floriografi, yaitu kamus pertama yang berjudul *Le Langage des Fleurs* karya Charlotte de la Tour pada tahun 1818. Floriografi berarti komunikasi dengan menggunakan bunga dan karangan bunga

untuk mengirim pesan khusus, di mana seseorang dapat menyampaikan pesan terdalamnya yang tidak dapat diungkapkan melalui kata-kata.

Pemberian makna untuk bunga-bunga pada zaman itu, saat ini telah sebagian besar hilang, namun untuk mawar merah masih dipercaya untuk mengartikan gairah, cinta yang romantis; mawar merah muda berarti kasih sayang; mawar putih berarti kebajikan dan kesucian; dan mawar kuning berarti persahabatan atau loyalitas.

Usaha Merangkai Bunga atau yang biasa dikenal dengan *Florist* pun memiliki pangsa pasar yang signifikan terutama dalam *event – event* sosial tertentu. Misalnya dalam sebuah acara resepsi pernikahan, rangkaian bunga biasanya dapat dilihat mulai dari gerbang masuk, meja resepsionis, panggung resepsi, hingga buket pengantin. Oleh sebab itulah, usaha seperti ini mulai banyak bermunculan di Indonesia. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan antara satu penjual dan lainnya.

Flowerland Florist adalah toko bunga yang berlokasi di Gading Serpong, Tangerang. Usaha yang berdiri pada tahun 2009 ini melayani berbagai macam jasa merangkai bunga mulai dari buket bunga tangan hingga bunga dekorasi, dengan pangsa pasar menengah ke atas. Seiring dengan perkembangan perekonomian di daerah Serpong, maka mulai banyak bermunculan florist yang menawarkan jasa serupa dengan Flowerland Florist. Oleh sebab itu Flowerland Florist membutuhkan *redesign* dan penambahan terhadap media promosi yang saat ini digunakannya.

Keunggulan Flowerland Florist dibandingkan kompetitor sejenis terletak pada penggunaan bunga-bunga yang segar, dan desain bunga yang menawan. Pemilik Flowerland Florist mengakui bahwa rancangan bunga yang dihasilkan di toko miliknya lebih mengarah pada aspek seni, bukan kuantitas bunga dalam sebuah rangkaiannya.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, Flowerland Florist ingin mengangkat *brand image* mereka. Hal ini dilakukan agar Flowerland Florist lebih mampu menjangkau target market mereka. Oleh sebab itu, tugas akhir ini dimaksudkan untuk merancang ulang media promosi Flowerland Florist agar lebih mampu mewakili citra yang ingin mereka sampaikan di masyarakat, dan lebih memperkenalkan keberadaannya di masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan di atas, maka Penulis dapat menarik adanya permasalahan sebagai berikut ;

- 1.) Bagaimana membuat perancangan visual media promosi yang sesuai dengan citra Flowerland Florist?
- 2.) Media promosi apa saja yang dibutuhkan oleh Flowerland Florist agar lebih memperkenalkan keberadaannya di masyarakat?

1.3 Batasan Masalah

Batasan – batasan yang diambil untuk dapat membahas penelitian Tugas Akhir ini adalah membuat perancangan media promosi *above the line* dan *below the line* bagi Flowerland Florist.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari tugas akhir ini adalah mengangkat citra Flowerland Florist agar dapat menjangkau *target market* mereka, dan lebih memperkenalkan keberadaan Flowerland Florist di masyarakat luas.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapat dari penelitian ini antara lain;

1.5.1 Bagi Perusahaan

Pelaksanaan tugas akhir ini diharapkan dapat lebih memperkenalkan keberadaan dan citra yang ingin diusung oleh Flowerland Florist di masyarakat dan dapat menyasar target market mereka.

1.5.2 Bagi Penulis dan Rekan Seprofesi

Manfaat pelaksanaan tugas akhir ini bagi Penulis adalah agar Penulis dapat menerapkan ilmu-ilmu yang telah Penulis dapatkan di bangku kuliah dan memahami proses perancangan media promosi bagi sebuah *brand*, serta mengetahui bagaimana cara mempromosikan sebuah *brand* kepada masyarakat luas.

Bagi rekan-rekan seprofesi, pelaksanaan tugas akhir ini diharapkan dapat membantu di kemudian hari baik dalam tahapan-tahapan penulisan maupun dalam hal eksekusi.

1.5.3 Bagi Masyarakat

Pelaksanaan tugas akhir ini diharapkan agar masyarakat dapat lebih mengenal Flowerland Florist, dan tertarik untuk menggunakan jasanya.

1.6 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan metode penelitian yaitu;

1.) Kualitatif

Penelitian dengan metode kualitatif dilakukan untuk mengumpulkan data internal perusahaan dengan melakukan wawancara langsung dengan pemilik perusahaan.

2.) Observasi

Observasi dilakukan untuk mengetahui tentang kompetitor dan media promosi yang telah beredar di pasaran.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan metode penelitian yang digunakan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori – teori yang digunakan untuk melandasi penelitian ilmiah ini.

BAB III : HASIL PENELITIAN

Berisi data – data yang didapatkan selama penelitian, serta proses perancangan karya visual.

BAB IV : ANALISIS

Berisi analisa terhadap karya – karya yang telah dibuat dalam Tugas Akhir ini.

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran dari Penulis.

