



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 di Indonesia makin berkembang setiap waktu ditambah dengan adanya globalisasi, perkembangan kuliner makin menaik setiap tahunnya serta menurut Rusiawan bahwa kuliner memiliki kontribusi besar sebanyak 41 persen total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yaitu sebanyak Rp 410 trilliun. Rusiawan menilai bahwa pertumbuhan kuliner cukup stabil beberapa tahun terakhir ini, hingga menyerap tenaga kerja sebanyak 8,8 juta orang dan sampai sekarang terdapat 5,5 juta pelaku industry kuliner, Indonesia juga memiliki kekayaan biodiversitas yang cukup tinggi sehingga dapat mendukung peningkatan ekonomi sektor kuliner diantaranya adalah kafe, restaurant, *bakery*, dll (Republika, 2019).

Penulis memilih salah satu toko bakery yang ada di kota Bandung yaitu toko Cizz Cheesecake & Friends, Cizz cheesecake & Friends merupakan toko kue *cheesecake* berasal dari kota Bandung dan sudah cukup terkenal disekitaran Bandung. Cizz Cheesecake & Friends didirikan pada tahun 2004 oleh bapak Yossy Priasto Adrianto dan istrinya Maya Wulan yang berkedudukan sebagai owner dari Cizz Cheesecake & Friends, seiring berjalannya waktu permintaan untuk mendirikan toko diluar kota Bandung makin banyak bermunculan, sehingga pada tahun 2006 Cizz membuka cabang di dua daerah, salah satunya adalah di daerah BSD. Toko cizz juga memberikan banyak varian rasa yang ditawarkan kepada pelanggan, kita juga dapat membeli *cheesecake* dalam bentuk potongan sehingga lebih murah untuk kantong konsumen.

Meskipun di Bandung toko ini sangat terkenal akan tetapi di daerah BSD, Tangerang Selatan toko ini kurang dikenal dikarenakan sebuah promosi yang kurang, perancangan media promosi toko Cizz hanya difokuskan kepada cabang

Bandung sehingga pada cabang BSD, Tangerang Selatan media promosinya masih kurang meluas dan tidak sampai kepada masyarakat BSD.

Sehingga toko Cizz Cheesecake & Friends cabang BSD, Tangerang Selatan mengalami penurunan penjualan dan ditakutkan makin tidak dikenal masyarakat dan bersaing dengan kompetitor lain. Setelah menyebarkan survey kepada masyarakat sekitar BSD, Tangerang Selatan dengan umur 20-30 tahun ternyata masih banyak yang belum mengenal Cizz cheesecake & friends dikarenakan masih kurangnya penyebaran informasi dan juga promosi tentang toko.

Oleh karena itu sebagai desainer grafis penulis menyimpulkan untuk membuat dan merancang sebuah media promosi yang efektif untuk toko yaitu dengan mempromosikan toko cizz kepada masyarakat sekitar BSD, Tangerang untuk meningkatkan awareness masyarakat BSD, Tangerang Selatan terhadap toko Cizz dan juga untuk menaikkan penjualan toko Cizz.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis dapat menjabarkan rumusan masalah yang ada di dalam topik penelitian ini. Rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana melakukan *re-promotion* yang dapat menarik konsumen agar membeli dan juga ingin lebih mengetahui tentang toko Cizz Cheesecake & Friends BSD?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah mempunyai tujuan untuk membatasi dan juga mempermudah penulis untuk melakukan penelitian sehingga penelitian ini dapat tercapai dengan seksama. Batasan masalah dalam pembuatasa laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian segmentasi

a) Demografis:

Gender : Laki-laki dan perempuan

Pekerjaan : Pekerja Swasta, PNS, Mahasiswa

SES : SES B – A

Penulis mengambil SES ini juga berdasarkan riset dari Perpi (2018) bahwa kelompok ini memiliki gaji yang cukup layak dan gaya hidup tinggi serta memiliki gaji diatas Rp3.000.000

Usia : 20 - 30 tahun

Penulis mengambil umur berikut dikarenakan berdasarkan umur yang sudah ditentukan oleh toko Cizz dan juga berdasarkan riset dari Hurlock (2018) yang menyatakan bahwa pada umur ini merupakan fase penyesuaian diri terhadap cerminan kehidupan baru dan keinginan sosial baru. Pada masa dewasa awal ialah perkembangan dari masa remaja, serta pada dewasa awal baru mendapatkan pekerjaan dan uang, sehingga sifat konsumtif yang tinggi mulai terlihat.

b.) Geografis:

Perancangan media promosi ini ditunjukkan kepada warga daerah BSD, Tangerang dan sekitarnya.

c.) Psikografis:

Cake lovers, *sweet tooth*, konsumtif, *impulsive*, mengikuti tren.

2. Mengukur pengetahuan masyarakat tentang toko kue Cizz Cheesecake & Friends.
3. Membuat media promosi yang memperkenalkan toko Cizz Cheesecake & Friends kepada masyarakat sekitar BSD, Tangerang.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah membuat media promosi yang memperkenalkan toko Cizz Cheesecake & Friends kepada masyarakat sekitar BSD, Tangerang agar mengetahui toko tersebut, serta untuk meningkatkan penjualan toko Cizz Cheesecake & Friends.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir dibagi menjadi tiga, yaitu,

1. Bagi Penulis

Penulis dapat mengetahui dan juga mengasah kemampuan dalam membuat design media promosi yang baik dan benar serta penulis juga dapat mengasah analisis masalah yang penulis dapat, penulis juga mendapat wawasan mengenai kue cheesecake yang lebih mendalam.

2. Bagi Target

Meningkatkan *awareness* dari masyarakat sekitar BSD, Tangerang untuk melihat dan membeli kue cheesecake yang berada di toko Cizz Cheesecake & Friends.

3. Bagi Universitas

Universitas mendapatkan data dan juga hasil penelitian yang baru, sehingga penelitian penulis bisa menjadi referensi laporan yang memiliki topik cukup sama untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dengan jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV).

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