



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

Songsui Phentung merupakan restoran dengan spesialisasi menjual songsui, yaitu makanan non halal sop babi khas Bangka yang didalamnya juga terdapat daging babi serta jeroannya. Songsui Phentung memiliki 2 cabang, cabang utamanya terletak di Ruko De'mansion B/6, Alam Sutera dan cabang lainnya berada di Ruko Odessa blok AD 14 no 15, Gading Serpong. Selain menjual songsui, Songsui Phentung juga menjual makanan lainnya seperti bakmi, kwetiau, bihun, yamien, dan crispy pork, kisaran harga makanan disini sekitar Rp 35.000 sampai Rp 65.000. Yang membuat nilai value Songsui Phentung berbeda dengan restoran songsui lainnya yaitu ada di phentungnya, Songsui Phentung memodifikasi songsuinya dengan menambahkan sumsum didalam songsuinya sehingga makanan ini terlihat seperti phentung, maka dari itu dinamakan Songsui Phentung.

Makanan songsui ini sendiri masih banyak belum yang tahu ini makanan seperti apa, bahkan dikalangan orang yang memang dapat makan makanan non halal, makanan songsui ini masih asing untuk didengar dan diketahui oleh banyak orang. Songsui Phentung telah memiliki konsep yang cukup menarik, namun sayang untuk media promosi yang digunakan belum terlalu maksimal, bisa dilihat dari media promosi yang mereka gunakan yaitu ada Instagram dan Facebook, secara visual belum maksimal, mulai dari foto-foto yang di tampilkan, dari segi warna serta jenis font yang digunakan, dan tanggal untuk mengupdate postingan yang berantakan. Sehingga media promosi Songsui Phentung menjadi kurang menarik dan maksimal dalam menyampaikan pesan. Padahal media promosi merupakan sarana untuk pengenalan, meningkatkan popularitas, menjual produk, ide, event bahkan untuk mengenalkan suatu perusahaan (Landa, Robin 2011), apabila media promosi Songsui Phentung dimaksimalkan dapat menambahkan

awareness Songsui Phentung serta akan lebih banyak orang yang lebih dapat mengenal dan mengetahui makanan songsui dari Bangka ini.

Kurangnya media promosi milik Songsui Phentung dalam usahanya untuk meningkatkan awareness baik untuk brandnya serta pengetahuan mengenai makanan songsui menjadi proyek tugas akhir perancang di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis akan merancang media promosi untuk Songsui Phentung.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari tugas akhir ini ialah bagaimana caranya perancang merancang media promosi untuk Songsui Phentung?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada perancangan media promosi Songsui Phentung dengan target market sebagai berikut :

- a. Geografis : Tangerang.
- b. Demografis :
 - Usia : 19 - 26 Tahun
 - Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - Pendidikan : SMA, Sarjana
 - Pekerjaan : Wirausaha, wiraswasta, pekerja kantoran, freelancer
 - Kelas Ekonomi : SES B – SES A
- c. Psikografis : Penikmat kuliner khususnya menyukai makanan makanan yang unik.
- d. Behavior : Ditujukan bagi mereka yang menyukai makanan-makanan yang memiliki cita rasa yang medok, makanan yang cocok dimakan bersama keluarga atau teman.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini agar dapat merancang media promosi Songsui Phentung dengan tepat.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat perancangan tugas akhir adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan perancang serta pengalaman dalam melakukan perancangan media promosi serta dapat merancang media promosi yang tepat sehingga media promosi tersebut menjadi efisien.

2. Bagi Masyarakat

Perancangan tugas akhir ini memiliki manfaat terkhususnya untuk para pelaku bisnis UMKM makanan yang ingin melakukan media promosi untuk bisnisnya sehingga lebih terarah dan media promosi tersebut dapat efektif sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

3. Bagi Universitas

Semoga perancangan tugas akhir ini dapat menambah wawasan dan bermanfaat bagi Universitas . Selain itu perancangan ini dapat menjadi acuan bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang memerlukan gambaran untuk mengerjakan tugas akhir dengan tema perancangan media promosi.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA