



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

Sekarang ini sudah mulai banyak yang membuka usaha rumahan seperti membuat aneka cemilan buatan sendiri. Kebanyakan yang membuka usaha seperti ini adalah para wanita yang bekerja di rumah, mulai dari remaja yang kreatif yang membuat kue-kue unik, hingga para ibu-ibu rumah tangga yang mencari kesibukan dengan membuat pesanan-pesanan kue. Usaha yang menjual aneka cemilan dan kue seperti ini cukup laku karena bisa untuk cemilan sehari-hari, sebagai hadiah, hingga dapat menjadi ucapan selamat ketika hari raya (*parcel*).

Bisnis yang membuka usaha rumahan (*home made*) seperti ini ada beberapa yang kurang mempromosikan usahanya tersebut. Hal ini membuat masyarakat tidak tahu akan adanya usaha tersebut sehingga hilangnya peluang untuk menarik konsumen. Oleh karena itu di perlukan media promosi untuk mengenalkannya kepada konsumen sehingga tertarik untuk menjadi pelanggan.

Rumah Cemilanku adalah sebuah usaha rumahan yang menerima pesanan aneka cemilan dan kue. Usaha ini sudah berdiri selama 3 tahun, dengan pemilik yang bernama Ayu Dwi H. *Rumah Cemilanku* ini beralamat di Jl.Mangga V no.9 Kepaduri - Tanjung Duren Jakarta-Barat , tlp.081284299545.

Pemilik dari *Rumah Cemilanku* ini mengatakan bahwa pelanggan yang memesan sudah cukup banyak walaupun sebenarnya masih belum mencapai target. Pemilik ingin meningkatkan usaha rumahannya, sehingga usahanya menjadi lebih berkembang. Permasalahan yang ada pada *Rumah Cemilanku* ini adalah kurangnya media promosi untuk meningkatkan *Brand Awareness* kepada masyarakat.

Tugas Akhir ini bertujuan ingin membantu membuat desain media promosi untuk *Rumah Cemilanku* dengan merancang komunikasi visual untuk dijadikan desain yang menarik dan mampu meningkatkan *Brand Awareness Rumah Cemilanku* di mata konsumen.

Peneliti mengadakan pengumpulan data melalui wawancara dengan pemilik langsung dari *Rumah Cemilanku*. Tugas Akhir ini akan membahas dan menjabarkan tentang membuat desain media promosi yang sesuai dengan *Rumah Cemilanku*. Dengan adanya media promosi ini masyarakat akan lebih mengenal *Rumah Cemilanku* sehingga dapat menarik pelanggan *Rumah Cemilanku*.

U M N

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas ,terdapat beberapa permasalahan,seperti :

1. Bagaimana meningkatkan *Brand Awareness Rumah Cemilanku* kepada masyarakat melalui media promosi?
2. Bagaimana merancang media promosi *Rumah Cemilanku* untuk meningkatkan *Brand Awareness* kepada masyarakat ?

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan *Rumah Cemilanku* akan dibatasi pada pemecahan masalah dengan media *Above the Line* berupa web, iklan majalah serta tabloid dan *Below the Line* berupa papan nama, kemasan, *shopping bag*, brosur, katalog,*gimmick* serta *uniform*.

1.4 Tujuan Perancangan

1. Meningkatkan *brand awareness Rumah Cemilanku* kepada masyarakat melalui media promosi.
2. Merancang media promosi yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness Rumah Cemilanku* kepada masyarakat.

1.5 Manfaat Perancangan

1. Menambah wawasan pengetahuan mahasiswa desain komunikasi visual tentang media promosi.

2. Membuat masyarakat mengerti keuntungan yang didapat melalui strategi promosi.
3. Meningkatkan citra terhadap konsumen sehingga memudahkan dalam mengembangkan usaha *Rumah Cemilanku*.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Merupakan teknik yang akan digunakan dalam mencari data untuk Tugas akhir ini. Metode pengumpulan data ini dibagi menjadi dua yaitu :

a. Metode Pengumpulan Data Primer

1) Wawancara

Metode wawancara ini yaitu Tanya jawab secara langsung dengan Ayu Dwi H. selaku pemilik *Rumah Cemilanku*. untuk dapat memberikan informasi secara detail mengenai data-data *Rumah Cemilanku*.

b. Metode Pengumpulan Data Sekunder

1) Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan mencatat data-data dari hasil wawancara dengan dokumentasi foto sebagai bukti dan data berupa fakta untuk di pertanggung jawabkan.

2) Internet

Metode pengumpulan data melalui internet, kita bisa mendapatkan sesuai dengan kata kunci yang kita ketikkan ketika sedang *searching*. Jadi ini adalah salah satu cara yang efektif dan mudah di akses di mana saja.

1.7 Metode Perancangan

Metode Perancangan yang dilakukan dengan mengumpulkan semua data yang sudah didapat dengan metode pengumpulan data primer dan sekunder. Semua data yang sudah dikumpulkan akan di analisis untuk menemukan kesimpulan yang dapat digunakan untuk membuat desain media promosi untuk *Rumah Cemilanku* yang efektif.

1.8 Skematika Perancangan

Tahapan perancangan yang akan dilakukan bermula dari permasalahan yang ada yaitu permasalahan yang *Rumah Cemilanku* Hadapi belum adanya media promosi dan dari permasalahan itu timbulah kebutuhan untuk membuat desain media promosi untuk *Rumah Cemilanku*. setelah itu dilakukanlah pemecahan masalah *Rumah Cemilanku* dengan cara membuat desain serta pemilihan media yang efektif untuk promosi. Kemudian pada tahap proses produksi untuk memproduksi semua media promosi yang *Rumah Cemilanku* butuhkan. Lalu media promosi *Rumah Cemilanku* yang sudah memiliki desain ini diserap oleh target pasar hingga dapat meningkatkan *brand awareness* pada konsumen sehingga dapat menambah pelanggan *Rumah Cemilanku*.

