



### **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

Pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia disamping sandang dan papan. Dalam memenuhi kebutuhan pokoknya tersebut, masyarakat memiliki selera berbeda, termasuk dalam pemilihan produk kuliner. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga tahun 2003, kata kuliner berarti masakan atau makanan. Kuliner berkaitan dengan budaya atau kebiasaan dalam menikmatinya, salah-satu yang mempengaruhinya adalah suasana tempat makanan tersebut disajikan, seperti restoran atau rumah makan. Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makan maupun minum (Masrum, 2007, hal.7).

Bisnis restoran semakin berkembang dan kompetitif, terlihat dari beragam promosi yang kita jumpai baik di media massa maupun selebaran. Ihsana dan Amir dalam bukunya yang berjudul *Sukses Memiliki Restoran Tanpa Modal* (2013) menyatakan bisnis kuliner tak hanya meroket secara statistik ekonomi, bisnis tersebut juga mulai merambah ke pelosok-pelosok daerah. Hal tersebut diperkuat dengan data yang terangkum *Event Director Food Ingredients Asia*, Vincent Brain (seperti dikutip dalam Ihsana dan Amir, 2013), Indonesia ialah konsumen bahan pangan terbesar di Asia Tenggara dengan persentase 51%. Badan Pusat Statistik juga mencatat provinsi DKI Jakarta merupakan provinsi dengan jumlah usaha restoran terbanyak yaitu mencapai 1.359 usaha.

Sudah banyaknya restoran yang menyajikan berbagai makanan khas mancanegara maupun daerah, menyebabkan para pebisnis kuliner juga berlomba-lomba untuk mencari keunggulan lain disamping rasa makanan itu sendiri. Masyarakat masa kini tidak lagi melihat keunggulan restoran hanya pada menu makanan yang dijual. Interior yang menarik dan nyaman, serta promosi yang unik dan menarik menjadi daya tarik sendiri bagi masyarakat urban.

Bisnis kuliner khas Indonesia mulai merambah dan berkembang dengan beragam konsep dan harga yang bervariasi. Salah satu restoran yang memiliki potensi untuk berkembang di Jakarta adalah Dapoer Ciragil. Dapoer Ciragil merupakan salah satu rumah makan yang menyajikan berbagai jenis makanan khas Indonesia yang dibalut dengan nuansa etnik Bali *modern* di gerainya yang menjadi keunggulannya dibanding dengan restoran yang lain. Pemilik Dapoer Ciragil sendiripun berasal dari Bali, sedangkan nama Dapoer Ciragil diadaptasi dari nama jalan tempat restoran ini berdiri yaitu di jalan Ciragil. Dalam sembilan tahun perkembangannya, Dapoer Ciragil sudah merenovasi bangunan restorannya dan memperbesar kapasitas. Saat ini, Dapoer Ciragil memiliki kapasitas hingga seratus lima puluh orang pengunjung dengan target konsumen keluarga dan dewasa muda, yang berorientasi pada kalangan menengah keatas.

Usaha yang dilakukan tidak serta merta mendapat sambutan yang baik dari masyarakat. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari pemilik sendiri bahwa omset yang didapatkan tidak bertambah secara signifikan selama 9 tahun ini, padahal pemilik sudah merenovasi restorannya dengan harapan dapat meningkatkan penjualan, oleh karena itu penulis melakukan observasi ke

lapangan. Menurut penelitian yang dilakukan, banyak orang diluar kawasan Jakarta Selatan yang belum mengetahui bahkan mendengar nama restoran Dapoer Ciragil. Hal tersebut menjadi kendala utama bagi Dapoer Ciragil dalam mengembangkan bisnisnya.

Alasan tersebut kemudian diteliti kembali oleh penulis dan mendapatkan kesimpulan bahwa Dapoer Ciragil tidak memiliki media promosi yang cukup baik untuk memperkenalkan *imagenya* kepada masyarakat. Oleh karena itu, penulis mengangkat tema perancangan media promosi Dapoer Ciragil ini, yang diutamakan pada pembuatan beberapa media promosi yang dapat mewakili konsep visual Dapoer Ciragil secara tepat, menarik, serta sesuai dengan prinsip desain komunikasi visual yang baik.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Beberapa rumusan masalah yang akan dikemukakan dalam tugas akhir ini antara lain yaitu,

1. Bagaimana membuat perancangan promosi yang dapat memenuhi kebutuhan Dapoer Ciragil?
2. Bagaimana cara membuat media promosi yang sesuai dengan kebutuhan Dapoer Ciragil?

## **1.3. Batasan Masalah**

Perancangan media promosi Dapoer Ciragil di implementasikan ke beberapa media yang diutamakan dan dikhususkan menggunakan teknik cetak. Desain yang

dibuat diperuntukkan bagi kalangan menengah keatas, sesuai dengan target konsumen. Penelitian dilakukan hanya disekitar Jakarta dan Tangerang.

#### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan dari dibuatnya tugas akhir ini adalah untuk mencari keunggulan Dapoer Ciragil yang dapat ditonjolkan dan dapat menarik perhatian masyarakat, sehingga dapat dibuat perancangan promosi melalui strategi promosi yang tepat.

Pengaplikasian pada media promosi yang tepat dan sesuai dengan citra yang ingin disampaikan oleh Dapoer Ciragil kepada masyarakat merupakan tujuan akhir dibuatnya perancangan media promosi Dapoer Ciragil ini. Selain itu, dengan dibuatnya perancangan media promosi Dapoer Ciragil, diharapkan dapat menimbulkan ketertarikan bagi target konsumen dalam memilih resto dan meningkatkan penjualan Dapoer Ciragil.

#### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

##### **1.5.1. Manfaat Bagi Penulis**

Perancangan media promosi Dapoer Ciragil ini dapat menjadi tolak ukur penulis dalam mengimplementasikan ilmu dan teori yang dipelajari kedalam karya nyata. Selain itu, dengan dibuatnya tugas akhir ini membantu penulis untuk mengasah konsep dan ide kreatif yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan dalam pemecahan masalah desain, sehingga menghasilkan desain yang tepat dan memenuhi kebutuhan masyarakat secara nyata.

##### **1.5.2. Manfaat Bagi Masyarakat**

Perancangan media promosi Dapoer Ciragil ini dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai Dapoer Ciragil. Sehingga masyarakat dapat mengenal Dapoer Ciragil dengan segala kelebihan dan kekurangannya meskipun belum pernah datang ke lokasi.

### **1.5.3. Manfaat Bagi Universitas**

Dengan dibuatnya perancangan media promosi Dapoer Ciragil ini diharapkan dapat menjadi kajian bagi mahasiswa lainnya di Universitas Multimedia Nusantara, maupun universitas lainnya. Penulis juga berharap, dengan dibuatnya laporan tugas akhir ini dapat membantu universitas dalam mempersiapkan mahasiswanya yang sedang dalam proses penyelesaian tugas akhir.

### **1.6. Metode Pengumpulan Data**

Cara pengumpulan data yang penulis lakukan adalah menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif, mengenai kaitannya dengan materi pembahasan yang mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir adalah:

#### **1. Wawancara**

Wawancara merupakan suatu cara pengumpulan data secara manual di dalam penelitian kualitatif. Wawancara dibagi menjadi tiga yaitu pembicaraan informal, wawancara umum yang terarah, dan wawancara terbuka (Sarwono & Lubis, 2007: 101). Wawancara penulis lakukan secara umum dan terarah dengan Ibu Adity, pemilik restoran Dapoer Ciragil, untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan topik yang diambil penulis.

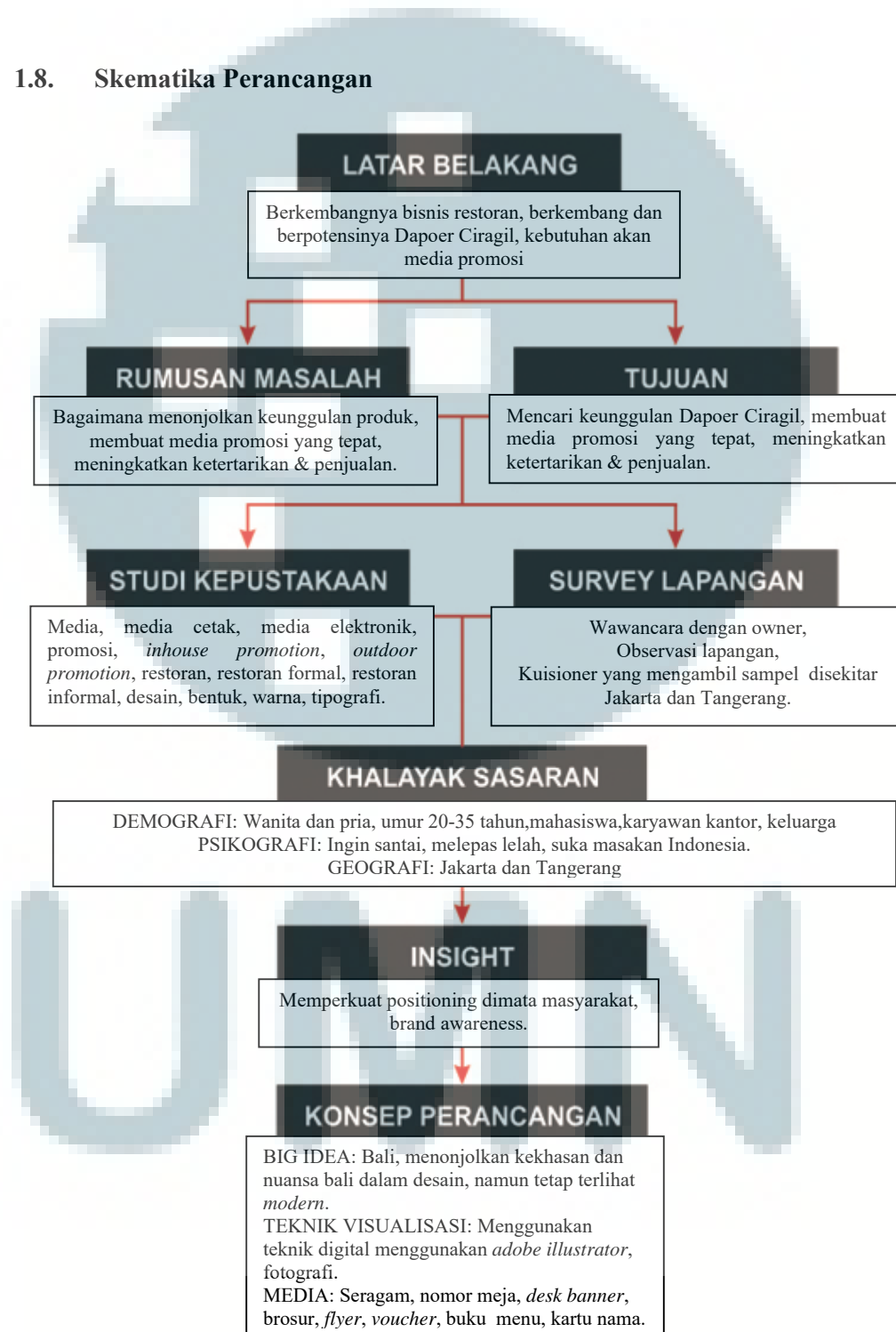
## 2. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan membaca literatur untuk mengumpulkan informasi, metode pencarian data ini dilakukan tanpa mengganggu obyek (Sarwono & Lubis, 2007: 102). Studi pustaka dilakukan oleh penulis dengan memanfaatkan buku-buku teori promosi, desain, restoran, yang berkaitan dengan topik yang penulis ambil. Dengan metode studi pustaka ini, diperoleh data dari buku, majalah, dan gambar-gambar yang mencakup foto atau sketsa yang berhubungan dengan topik atau materi karya tugas akhir ini. Buku, makalah, dan gambar yang digunakan berupa cetak maupun digital. Tujuan dari pustaka adalah untuk mendapatkan informasi yang nantinya akan diolah serta untuk landasan teori yang menjadi dasar untuk perancangan tugas akhir.

### 1.7. Metode Perancangan

Kajian pada perancangan karya yang telah penulis lakukan berdasarkan atas metode pengambilan data kualitatif dan kuantitatif. Data yang diperoleh nantinya akan diolah secara bertahap oleh penulis sehingga mendapatkan kesimpulan yang akan digunakan dalam perancangan media promosi Dapoer Ciragil dan mendukung teori-teori yang dilakukan dalam perancangan karya.

### 1.8. Skematika Perancangan





**Bagan 1.1.** Skematika Perancangan

