

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dansa Coffee & Goods adalah kafe yang berlokasi di daerah Ciledug, Tangerang tepatnya di Komplek Department Keuangan, Jl. Raden Saleh No.7a, RT.001/RW.002, Central Karang, Karang Tengah, Tangerang City, Banten 15157 (Gojek, 2021). Kafe ini memiliki konsep yang unik dibandingkan dengan kafe lainnya karena kafe ini menggunakan konsep musik dengan meletakkan alat-alat musik seperti *turn table*, gitar dan beberapa koleksi *vinyl* yang dimiliki. Nama dansa sendiri memiliki arti yaitu tari cara barat yang dilaksanakan laki-laki dan perempuan dengan gerakan menggenggam tangan atau sambil berpelukan dengan diikuti sebuah musik (Jagokata.com, 2020).

Dansa Coffee memiliki Instagram dengan *username* @dansacoffee.goods dengan jumlah 791 pengikut dan 58 unggahan. Dansa Coffee & Goods menjual mulai dari kopi, roti, dan juga makanan berat. Dari data yang didapatkan setelah melakukan wawancara dengan pemilik Dansa Coffee & Goods, mereka mengakui bahwa mereka mempunyai masalah soal desain dikarenakan kurang pengetahuan dan tidak adanya yang bisa mengerjakan desain sehingga mereka hanya mengunggah sebatas foto.

Berdasarkan penelitian penulis terhadap media promosi yang digunakan Dansa Coffee & Goods, kafe ini kurang dalam melakukan promosi dikarenakan memiliki keterbatasan terhadap cara melakukan promosi. Hal ini dapat dilihat di salah satu media yang cukup potensial yaitu Instagram, Instagram Dansa Coffee & Goods kurang tertata secara rapih dikarenakan keterbatasan dalam desain. Didalam feeds kafe ini, cenderung hanya menyajikan foto-foto saat menyajikan kopi dan foto pengunjung sehingga kurang adanya konten khusus dalam melakukan promosi

Dansa Coffee & Goods. Selain itu, dari hasil penelitian penulis, kurangnya interaksi kepada *audience* terhadap akun sosial media yang mereka sajikan, hal ini tentunya mempengaruhi karena jika *engagement* rendah mereka tidak bisa menarik *audience* lebih banyak lagi dan kurang terarah dalam melakukan promosi

Kafe merupakan tempat yang digemari pria dan wanita dewasa untuk berkumpul bersama teman dan mengerjakan tugas sambil menikmati secangkir kopi (Yuliandi, 2015). Berdasarkan hasil observasi penulis, pengunjung yang datang ke Dansa Coffee & Goods adalah pelajar Sekolah menengah keatas sampai pekerja dengan umur 17 sampai 30 tahun. Berdasarkan pengelompokan *social economy status* (SES), pengunjung yang datang ke Dansa Coffee & Goods dikategorikan sebagai kelas menengah atau SES B.

Media promosi merupakan alat yang bisa mengkomunikasikan jasa, produk, perusahaan atau bentuk lainnya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Sedangkan promosi menurut Laksana (2009) adalah kegiatan dalam melakukan pemasaran yang merupakan bentuk komunikasi kepada konsumen untuk mengubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sampai menjadi seorang pembeli dan mengingat produk atau jasa tersebut. Media promosi saat ini sangat banyak mulai dari *online* sampai *offline*, masing masing memiliki kelebihan dan kekurangannya yang berarti jika kita hanya memakai satu media promosi untuk mempromosikan produk atau jasa, efektifitasnya tersebut sangat terbatas.

Berdasarkan hasil observasi penulis, pengunjung yang datang ke Dansa Coffee & Goods adalah pelajar Sekolah menengah keatas (SMA) sampai pekerja dengan umur 17 sampai 30 tahun. Berdasarkan pengelompokan *social economy status* (SES), pengunjung yang datang ke Dansa Coffee & Goods dikategorikan sebagai kelas menengah atau SES B dengan karakteristik menyukai music, tidak mau repot dan tidak ingin menghabiskan waktu dijalan hanya untuk secangkir kopi.

Dari paparan masalah diatasas, maka dibuatkanlah perancangan media promosi untuk menciptakan brand image yang baik dan meningkatkan jumlah pengunjung dengan melakukan perancangan promosi di media yang strategis untuk menarik para target customer sehingga pesan yang disampaikan dan brand image tersampaikan secara baik. Perancangan ini akan dilakukan menggunakan media yang beragam sesuai dengan kebutuhan dan efektifitasnya.

Fungsi media promosi khususnya pada bidang *fnb* sebagai berikut :

**1) Meningkatkan Brand Awareness**

Brand awareness merupakan kemampuan konsumen untuk mengingat dan mengenali hanya dengan melihat sesuatu seperti warna, logo dan sebagainya yang menggambarkan suatu brand. Contohnya adalah *tagline* #betterwithpepsi

**2) Menarik Perhatian Masyarakat**

Dengan melakukan promosi, maka konsumen akan mengetahui keberadaan dari brand karena dilakukan pengenalan tentang produk. Contohnya dengan memberi discount pada aplikasi seperti Gojek dan Grab.

**3) Menjaga Pelanggan Tetap Loyal**

Kompetitor dalam bidang *fnb* sudah sangat banyak, media promosi merupakan cara untuk menjaga pelanggan anda loyal terhadap brand anda. Contohnya dengan menawarkan penawaran eksklusif dengan memberi diskon khusus kepada pelanggan.

**4) Meningkatkan Penjualan Produk**

Kegiatan promosi yang baik akan secara efektif meningkatkan jumlah penjualan dikarenakan dengan melakukan promosi, para pelaku usaha memperkenalkan produk yang dijual.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, rumusan masalah dari penelitian adalah :

Bagaimana cara merancang promosi kafe Dansa Coffee Goods pada *platform* media yang strategis.

## 1.3 Batasan Masalah

Perancangan media promosi *brand* Dansa Coffee Goods ini akan dilakukan batasan masalah sebagai berikut :

### 1) Demografis

- a) Jenis Kelamin : Pria & wanita
- b) Usia : 17 – 30 tahun
- c) Pendidikan : SMA (atau lebih)
- d) Pendapatan : Rp. 1.000.000 – Rp.3.000.000 (SES B)
- e) Pengeluaran : Rp.1.000.000 – Rp.3.000.000

### 2) Geografis

Tangerang.

### 3) Psikografis

Karakteristik : Menyukai hal-hal berbau musik, untuk menikmati musik, tidak mau repot, tidak mau menghabiskan waktu di jalan hanya untuk secangkir kopi.

## 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Bersumber pada rumusan masalah di dalam pembahasan yang sebelumnya dijabarkan, perancangan ini ditujukan untuk merancang media promosi Dansa Coffee & Goods.

## 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapat dari perancangan media promosi Dansa Coffee & Goods, yaitu :

### 1) Bagi Penulis

Manfaat perancangan tugas akhir ini bagi penulis adalah untuk menambah wawasan dalam perancangan media promosi penulisan karya tulis ilmiah berdasarkan ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan.

### 2) Bagi Dansa Coffee & Goods.

Manfaat perancangan tugas akhir ini bagi Dansa Coffee & goods adalah hasil riset dan desain promosi dapat digunakan sebagai media promosi sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung sehingga kafe ini bisa lebih berkembang dari sebelumnya.

### 3) Bagi Universitas

Manfaat perancangan tugas akhir ini bagi universitas adalah hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi di dalam bidang desain grafis dan promosi untuk Dansa Coffee & Goods dan pelaku bisnis coffee lainnya sesuai dengan kebutuhan promosi yang diperlukan secara efektif dengan tujuan yang ingin dicapai.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA