

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Untuk menemukan makanan khas daerah Manado di daerah lain terbilang sulit karena terkadang rasa yang dihasilkan berbeda dengan aslinya, dikarenakan rempah - rempah atau bahan masakan yang digunakan berbeda, Basrowi (2018). Setelah melakukan riset singkat dan memperoleh data, rumah makan Rarampa terletak di daerah Jakarta selatan tepatnya depan taman Ayodya, Jl. Mahakam 2 No.1 dan menjual makanan khas daerah Manado sejak tahun 2012 yang memiliki rasa masakan yang orisinal dan juga dengan tidak menggunakan msg membuat masakan rumah makan Rarampa unik karena menggunakan berbagai macam rempah - rempah untuk menghasilkan rasa yang enak dan orisinal.

Berdasarkan penelitian penulis terhadap media promosi yang digunakan rumah makan Rarampa terbilang cukup kurang dalam melakukan promosi dikarenakan memiliki keterbatasan dalam cara melakukan promosi. Dalam segi masalah desain, berdasarkan penelitian penulis rumah makan Rarampa kurang konsisten dalam pemilihan warna dan juga penggunaan logo serta penempatan logo dalam konten sosial media milik rumah makan. Hal ini yang menjadikan rumah makan Rarampa kalah dalam persaingan. Untuk meningkatkan perhatian kepada masyarakat, diperlukan sebuah media untuk melakukan pengiklanan terhadap rumah makan Rarampa sendiri. Oleh sebab itu perancangan promosi rumah makan Rarampa dapat membantu untuk meningkatkan pengetahuan dan perhatian masyarakat terhadap rumah makan Rarampa. Dengan beberapa batasan masalah yang ditentukan untuk perancangan promosi rumah makan Rarampa. Batasan masalah tersebut meliputi usia pengunjung sekitar 30 - 40 tahun, dengan pengeluaran sekitar Rp. 4.000.000 - Rp. 6.000.000 (SES B), dan tidak memiliki batasan gender dan juga tingkat pendidikan. Data batasan masalah yang digunakan penulis didapatkan dari hasil riset yang dilakukan penulis terhadap rumah makan Rarampa.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana cara perancangan media promosi rumah makan Rarampa pada media yang strategis.

1.3 Batasan Masalah

Perancangan media promosi rumah makan Rarampa ini akan dilakukan batasan masalah sebagai berikut :

1) Demografis

- a) Jenis Kelamin : Pria & wanita
- b) Usia : 30 – 40 tahun
- c) Pendidikan : Semua tingkat pendidikan
- d) Pengeluaran : Rp.4.000.000 – Rp.6.000.000 (SES B)

2) Geografis

Jabodetabek

Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistika), daerah Jabodetabek menjadi salah satu daerah yang rata - rata pengeluaran perkapita tertinggi dalam hal makanan dan minuman dan berdasarkan goodstats.id menunjukkan data bahwa 71,4% memilih masakan tradisional

sebagai makanan favorit mereka dari survey yang dilakukan dari tanggal 26 Agustus hingga 6 September 2022.

3) Psikografis

Karakteristik : Menyukai makanan khas daerah Manado, mengetahui beberapa makanan khas daerah, dan tertarik untuk mencoba makanan khas daerah Manado.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini bertujuan untuk membuat media promosi untuk rumah makan Rarampa.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapatkan dari perancangan media promosi rumah makan Rarampa, yaitu :

1) Bagi Penulis

Manfaat perancangan media promosi rumah makan Rarampa bagi penulis adalah untuk menambah ilmu atau wawasan terhadap perancangan media promosi.

2) Bagi rumah makan Rarampa

Manfaat perancangan media promosi bagi rumah makan Rarampa adalah hasil desain media promosi dan juga hasil riset dapat digunakan oleh rumah makan Rarampa untuk mengganti atau menambah media promosi rumah makan Rarampa, sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung.

3) Bagi Universitas

Manfaat perancangan media promosi rumah makan Rarampa bagi universitas adalah hasil perancangan atau penelitian ini dapat dijadikan referensi di dalam bidang desain grafis terutama perancangan media promosi.