

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman kemajuan teknologi ini, pertumbuhan koneksi platform media sosial dibuat oleh internet di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, untuk berbagai tujuan promosi, termasuk menjalin pertemanan dan promosi bisnis. Menurut Kompas.com (2023), cara paling efisien untuk memasarkan produk atau layanan apa pun adalah platform media sosial. Pada kondisi persaingan yang ditandai dengan munculnya pesaing baru dan meluasnya pesaing yang ada membuat peran pemasaran bagi bisnis semakin penting. Mereka datang baik dari dalam maupun luar negeri. Pemasaran adalah salah satu tugas paling penting yang harus diselesaikan bisnis untuk bertahan hidup, tumbuh, dan menghasilkan uang. Menurut Ruswidia Sari (2020)

Permintaan perumahan subsidi pada saat ini sangat meningkat, dikarenakan perumahan subsidi banyak yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk kelas menengah kebawah. Selain itu untuk biayanya jauh lebih murah dari pada perumahan komersil yang lebih dari 300 - 400 juta lebih. Kemudian, untuk proses pembangunan rumah dalam waktu singkat sehingga dapat segera memenuhi kebutuhan masyarakat (Rumah.com, 2022). Perumahan bersubsidi adalah perumahan milik pemerintah yang pembiayaannya memberikan bantuan atau kemudahan bagi masyarakat Indonesia untuk memperoleh rumah murah yang disubsidi pemerintah dalam jangka panjang. (Kompas.com, 2022).

Skema kerja perusahaan PT. KELUARGA KARYA CEMERLANG ini menggunakan sistem bisnis keluarga yang dikelola oleh keluarga sendiri. Jadi PT. KELUARGA KARYA CEMERLANG ini dikelola oleh Pak Muhammad dengan dibantu oleh anaknya Syera untuk memasarkan perumahan subsidi Faiz Sabibal Residence. Faiz Sabibal Residence merupakan perumahan swasta bekerjasama

dengan pemerintah. Perumahan ini mempunyai total unit dengan total 140 unit rumah dengan tipe 36 yaitu dengan dimensi 6 x 6 meter yang dibangun diatas tanah seluas 60 hingga 72 meter persegi. Perumahan tipe 36 ini berlokasi di Sumatera Utara, Kota Binjai. Perumahan ini merupakan perumahan subsidi yang dibantu oleh pemerintah yaitu dengan cara Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Dengan adanya KPR hanya perlu membayar uang muka atau down payment (DP), serta melakukan pembayaran kredit dengan tenor yang sudah ditentukan. dapat menjadi solusi bagi yang ingin beli rumah dengan cara dicicil.

Menurut hasil wawancara penulis dengan Taufik (2022) salah satu karyawan yang bekerja sebagai konsultan properti di Faiz Sabilal Residence. Perumahan subsidi ini dibangun pada tahun 2018 dan memasuki fase pertama dengan target penjualan 40 unit perumahan. Pada fase pertama, yang menjalani bisnis perumahan ini adalah komisaris atau anak dari pemilik perumahan Faiz Sabilal Residence. Namun target penjualan pada fase 1 tidak mencapai target yaitu hanya menjual 25 unit rumah dengan rentang waktu 3 tahun yaitu pada tahun 2019, 2020 dan 2021. Media promosi yang mereka gunakan di fase pertama adalah berupa brosur dan media sosial seperti *facebook* dan juga *instagram*. Cara strategi promosi yang mereka gunakan masih konvensional. Mereka menggunakan media sosial untuk memposting tentang perumahan mereka, dengan menggunakan hashtag seperti #rumahsubsidi., #rumahmurahkotabinjai. Namun, mereka terakhir kali aktif di *facebook* pada tahun 2021 dan tidak aktif lagi dikarenakan adanya transisi dari fase pertama ke fase kedua yang melibatkan perubahan struktur kerja. Oleh karena itu, mereka tidak dapat memposting promosi perumahan mereka di *facebook* saat ini.

Pada fase kedua, Target mereka adalah 45 unit rumah. Namun hasilnya, hanya terjual sekitar 40 unit rumah dari 45 unit rumah dengan rentang waktu 2 tahun. Walaupun ada peningkatan penjualan namun menurut mereka tetap tidak mencapai target penjualan karena ada tersisa 5 unit perumahan lagi yang belum terjual. Selama penjualan di fase kedua ini terdapat masalah dari media promosi mereka yaitu konsumen ragu dengan akun yang ada di *facebook* karena mereka

mempunyai akun ganda sehingga membuat konsumen kebingungan dan ada yang berasumsi akun penipuan. Lalu setiap mereka mempromosikan, mereka hanya menampilkan bentuk rumah sahaja dan terkesan biasa sahaja dan kurang mempersuasi konsumen untuk menjangkau atau membeli rumah tersebut. padahal mereka mempunyai keunggulan yaitu mereka mempunyai track jogging, Perumahan ditengah kota dan tempat santai dipinggir sungai yang mana keunggulan perumahan subsidi ini jarang ditemui. Kelebihan perumahan ini dikomunikasikan kepada konsumen secara konvensional . Menurut Arief Haryono (2023) Pendekatan promosi yang mereka terapkan belum mencapai tingkat persuasi yang optimal karena tidak memvisualisasikan dengan jelas fasilitas-fasilitas yang ada di lingkungan perumahan. Konsumen ingin lebih dari sekadar deskripsi, mereka ingin merasakan dan membayangkan diri mereka menggunakan fasilitas tersebut.

Sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual, penulis mempunyai peran untuk membantu menyelesaikan hambatan yang sudah terjadi dengan merancang media promosi Faiz Sabilal Residence agar dapat mempersuasif konsumen. Perancangan media promosi di beberapa platform *media strategy* yang bagus dan kualitas untuk target konsumen sehingga *brand awareness* dan juga *message* dapat *delivered* kepada calon konsumen menjadi lebih baik dan jelas. Penulis memutuskan untuk merancang sebuah media promosi dengan judul “Perancangan Media Promosi Faiz Sabilal Residence” untuk persuasi konsumen keunggulan dari perumahan Faiz Sabilal Residence. Perancangan media promosi ini memanfaatkan media yang berbagai jenis dan cocok dengan keperluannya dan target *audience*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan pada sub bab sebelumnya, diperoleh rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

- Media promosi yang telah dilakukan belum mampu mempersuasi konsumen

- Keunggulan dari perumahan belum dikomunikasikan pada media promosi mereka

Dari hasil rumusan masalah yang telah didapati, bagaimana cara merancang media promosi Faiz Sabilal Residence.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang dibentuk berdasarkan latar belakang masalah dalam proses perancangan ulang identitas visual Faiz Sabilal Residence adalah sebagai berikut :

Batasan Geografis

Primer : Kota Binjai

Sekunder : Sumatera Utara

Batasan Demografis

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Usia : 30 - 45 Tahun

Pekerjaan : Karyawan, PNS, Pengusaha (minimal 1 tahun)

Pendidikan : SMA (atau lebih)

Tingkat Ekonomi : SES C - B

Pendapatan : Rp. 4.000.000 – Rp.8.000.000

Menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Nomor 21/PRT/M/2016 Tahun 2016 (Rumah.com, 2022)

Pengeluaran : Rp. 800.000 – Rp.1.500.000/bulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh penulis melalui wawancara kepada Taufik selaku dari konsultan properti Faiz Sabilal Residence untuk pembayaran cicilan perumahan paling kecil kurang lebih Rp. 800.000 dengan jangka waktu cicilan 20 tahun. Lalu untuk pembayaran cicilan paling besar kurang lebih Rp. 1.500.000 dengan jangka waktu cicilan 10 tahun.

Batasan Psikografis

Gaya Hidup : Belum/Sudah berumah tangga, ingin mempunyai tempat tinggal dengan budget yang minimal. Hemat dalam pengeluaran uang dan tempat tinggal dekat dengan tempat kerja (Kota Binjai).

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Bersumber pada rumusan masalah di dalam pembahasan yang sebelumnya dijabarkan, perancangan ini ditujukan untuk merancang media promosi Faiz Sabilal Residence.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir ini berdasarkan rumusan masalah terdapat 3 manfaat, yaitu:

1. Bagi Penulis

Dengan menyelesaikan tugas akhir ini, penulis dapat memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana, selain itu penulis mendapatkan kesempatan untuk menerapkan ilmu-ilmu yang sudah diperoleh saat berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara, serta kesempatan untuk mempelajari bagaimana merancang media promosi yang baik dan efektif.

2. Bagi Faiz Sabilal Residence

Manfaat perancangan tugas akhir untuk Faiz Sabilal Residence adalah hasil studi dan desain promosi dapat digunakan untuk mendongkrak persentase jumlah konsumen sehingga perumahan ini dapat berkembang dan konsisten untuk lebih baik.

3. Bagi Universitas

Manfaat perancangan tugas akhir ini bagi universitas adalah hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan rujukan di bidang desain grafis dan promosi.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA