



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

Semarang merupakan ibukota provinsi Jawa Tengah yang sedang berkembang dengan pesat. Kota Semarang merupakan kota pelabuhan dan perdagangan yang berpengaruh di pulau Jawa sejak berabad-abad silam. Kedatangan bangsa asing di Semarang membawa pengaruh terhadap budaya lokal melalui akulturasi budaya (<http://www.visitsemarang.com/artikel/semarang-surganya-wisata-kuliner>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2016). Keberagaman masyarakat membuat segala aspek dari perindustrian, termasuk dengan kuliner yang semakin maju. Makanan yang beragam baik itu makanan asli khas Semarang maupun makanan hasil perpaduan budaya menjadi salah satu hal yang dicari oleh pengunjung kota Semarang. Beberapa makanan khas Semarang yaitu lumpia, wingko babat, kue mochi, bandeng presto, serta roti ganjel rel. Keberagaman budaya masyarakat Semarang dan resep peninggalan jaman dulu menjadi salah satu daya tarik tersendiri untuk mengunjungi kota Semarang.

Roti Ganjelrel merupakan salah satu kuliner khas Semarang. Roti Ganjelrel merupakan salah satu roti tempo dulu hasil peninggalan dari jaman Belanda. Roti yang terbuat dari tepung terigu, gula pasir, gula aren, garam, susu, mentega, kayu manis, wijen, serta rempah-rempah ini biasanya dimakan dengan meminum kopi hangat. Bentuknya yang seperti kayu dari ganjalan kereta api serta teksturnya dan

rasanya yang khas membuat orang-orang penasaran untuk mencicipinya. Menurut Dwi Royanto roti ganjelrel merupakan roti khas Semarang yang sekarang agak langka dan mulai kalah populer dibandingkan roti jenis baru di pasaran, namun roti jenis ini masih tetap menjadi primadona warga Semarang. (<http://www.viva.co.id/haji/read/638953-roti-ganjel-rel--menu-favorit-ramadhan-di-semarang>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2016)

Toko roti Dyriana adalah salah satu toko roti penjual Roti Ganjelrel yang ada di Jl. Pandanaran 51A, Jawa Tengah, Semarang. Toko roti yang sudah berdiri pada 21 April 1986 ini merupakan salah satu toko yang menjual aneka makanan oleh-oleh khas Semarang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Aris, selaku kepala produksi roti Dyriana pada tanggal 20 Agustus 2016, meskipun sudah berjualan roti ganjelrel selama 10 tahun, permasalahan yang dirasakan adalah masyarakat kurang mengenal roti ganjelrel Dyriana yang akhirnya berdampak pada omset penjualan yang tidak sesuai dengan target. Oleh karena itu, pihak Toko Roti Dyriana menginginkan adanya promosi untuk memperkenalkan Roti Ganjelrel Dyriana kepada masyarakat luas.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk membuat tugas akhir yang berjudul **“Perancangan Promosi Roti Ganjelrel Dyriana”**.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan promosi yang mampu meningkatkan penjualan Roti Ganjelrel Dyriana?

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini membahas tentang perancangan promosi yang tepat untuk produk Roti Ganjelrel Dyriana. Dalam penelitian ini penulis tidak mengubah logo yang merupakan identitas utama dari Dyriana Bakery. Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, penulis ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

a. Geografis:

- Kota: Semarang
- Provinsi: Jawa Tengah

b. Demografis:

- Usia : 19 - 25 tahun
- Gender : Pria dan Wanita
- Kebangsaan : Indonesia
- Etnis : Semua etnis
- Bahasa : Bahasa Indonesia

- Agama : Semua agama
- Pendidikan : Semua lulusan pendidikan
- Profesi : Pelajar, mahasiswa, karyawan, dan wiraswasta
- Pengeluaran : Rp 500.000 – Rp 2.000.000
- Kelas Ekonomi : B (menengah)
- Status perkawinan : Menikah dan tidak menikah

c. Psikografis

- Penasaran dengan hal baru
- Suka ngemil
- Suka berkumpul bersama teman
- Suka bersantai
- Suka minum kopi atau teh

1.4. Tujuan Perancangan

Merancang promosi yang mampu meningkatkan Roti Ganjelrel Dyriana.

1.5. Metodologi Pengambilan Data

Menurut Sangadji & Sopiah (2010) pencarian sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam menentukan metode penulisan data. Maka dari itu penulis melakukan pengumpulan data-data yang akan berguna

bagi perancangan Tugas Akhir dengan beberapa metode yaitu dengan teknik observasi, kuisisioner, serta wawancara.

1. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian. Wawancara disini digunakan penulis sebagai salah satu pengumpulan data secara langsung. Dengan bertatap muka secara langsung, penulis berharap lebih mengenal permasalahannya secara lebih nyata.

2. Kuesioner

Merupakan pengumpulan data penelitian pada kondisi tertentu kemungkinan tidak memerlukan kehadiran peneliti. Kuisisioner dilakukan dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang disertai dengan jawaban dari data yang sudah tersedia. Kuisisioner ini digunakan penulis untuk mencari data tentang tanggapan responden terhadap Roti Ganjelrel Dyriana.

3. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti mengamati pada kondisi tertentu segala yang berkaitan dengan pola perilaku subjek atau objek dan kejadian yang berkaitan dengan penelitian.

1.6. Metodologi Perancangan

Adapun acuan dan langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan tahapan pelaksanaan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Rumusan Permasalahan

Menentukan permasalahan dari topik yang diangkat dan juga batasan-batasan apa saja yang ditentukan sehingga pembahasan dan konsep karya yang dibuat tidak terlalu luas dari topik utama.

2. Pengumpulan Data

Merupakan tahapan dimana penulis mengumpulkan data-data pendukung seputar sejarah, serta dapat menentukan permasalahan yang dialami dari Roti Ganjelrel Dyriana yang ada. Selain itu pengumpulan data digunakan juga untuk dapat menyusun strategi tentang promosi berkelanjutan untuk pengerjaan tugas akhir.

3. Sketsa

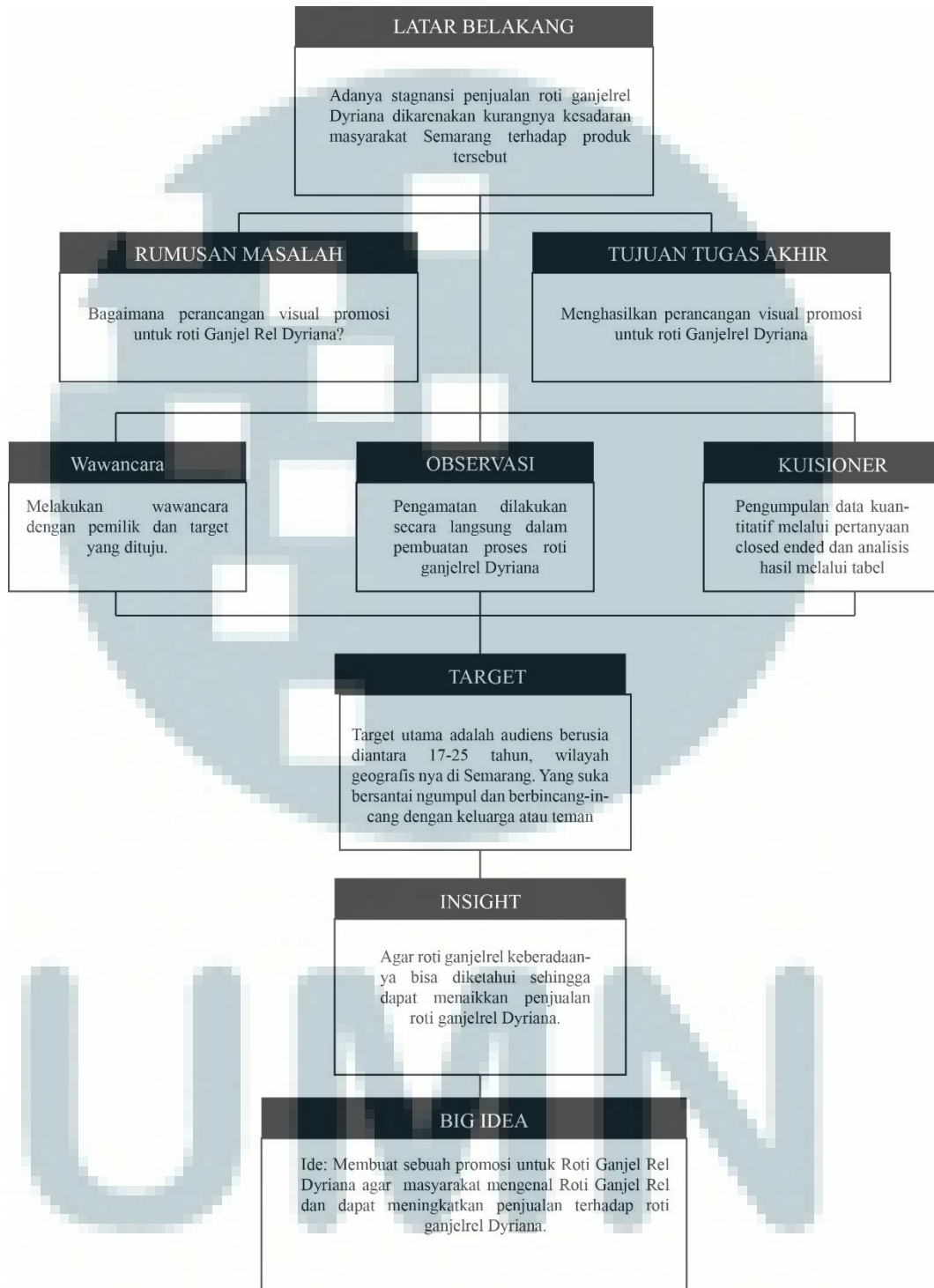
Merupakan tahapan dimana penulis sudah mulai menggambarkan konsep yang didapat secara visual. Untuk dapat dijadikan acuan dan dapat dikembangkan sebagai pembuatan karya akhir.

4. Visualisasi

Tahap akhir dari pembuatan karya. Pada tahapan ini, sketsa yang telah dibuat sebelumnya direalisasikan dengan berbagai penerapan desain yang mendukung perancangan promosi untuk Roti Ganjelrel Dyriana.



1.7. Skematika Perancangan



Gambar 1.1. Skematika Perancangan Media Promosi Roti Ganjelrel Dyriana