



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

Kursi lipat adalah kursi yang ringan, dapat dilipat mendatar dan disusun menjadi tumpukan atau disimpan dengan mudah jika sedang tidak digunakan. Kursi lipat dibagi menjadi 2 yaitu kursi lipat tanpa kaki dan dengan kaki. Biasanya kursi lipat digunakan pada tempat yang tidak mungkin diletakan kursi yang membutuhkan ruangan besar. Kursi lipat tanpa kaki dipergunakan untuk menjawab kebutuhan duduk lesehan dalam jangka waktu tertentu. Kursi lipat dipergunakan sebagai alas duduk tanpa kaki agar orang tidak kedinginan ketika duduk lesehan, tahan lelah ketika melakukan aktifitas dengan duduk lesehan, dan sebagainya.

Saat ini banyak sekali perusahaan-perusahaan yang memproduksi kursi lipat tanpa kaki di dunia, termasuk di Indonesia. Salah satunya adalah Togawa Chair, yang berdiri sejak bulan September tahun 2014 dan dibuat oleh pengusaha muda asal Yogyakarta bernama Ignatius Heru Wahyudi. Togawa Chair saat ini diproduksi di Nanggulan, Kulonprogo Yogyakarta. Keunggulan dari Togawa Chair daripada kursi lipat lainnya yaitu posisi sandaran dapat diatur antara 90 sampai 180 dengan 6 posisi sandaran. Disusun dari rangka besi yang kuat dan kokoh serta penggunaan bahan yang berkualitas. Selain itu, Togawa Chair juga dapat menjadi alas tidur yang nyaman, dan cover luar dapat di ganti serta dicuci. Ukuran dan cover yang dapat dipesan sesuai dengan permintaan.

Togawa Chair diproduksi sebagai bentuk properti yang minimalis terutama bagi mahasiswa yang tinggal di kost, ini berdasarkan jika sebagaimana hasil survey usia yang lebih sering duduk lesehan adalah mahasiswa yang tinggal di kost dengan presentase 52%. Biasanya mahasiswa duduk lesehan ketika melakukan aktifitas belajar atau membaca, mendengarkan musik dan sebagainya.

Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang telah dilakukan, penjualan Togawa Chair belum banyak berkembang, dalam seminggu terjual 3 sampai 5 bangku, dan penjualan kalau ada permintaan saja. Sedangkan dalam produksinya Togawa bisa memproduksi 20 sampai 40 bangku dalam seminggu. Selain itu banyak dari mahasiswa yang kurang mengetahui keberadaan Togawa Chair yang disebabkan karena masih kalah bersaing dengan kompetitor yang sudah lama diproduksi seperti Keles. Sebanyak 47% mahasiswa yang mengenal produk Keles, sedangkan 16% mahasiswa yang mengenal Togawa Chair. Selain disebabkan karena kalah dari kompetitor, banyak mahasiswa yang juga tidak mengetahui keunggulan atau kelebihan yang dimiliki Togawa Chair, daripada kursi lipat lesehan lainnya. Promosi yang dilakukan Togawa Chair juga hanya menaruh poster atau foto produk pada media sosial seperti *Facebook*, dan toko online seperti Tokopedia dan Bukalapak.

Berdasarkan dari latar belakang diatas dapat disimpulkan jika penyerapan produk Togawa Chair di konsumen rendah dan banyak dari mereka yang tidak mengetahui keunggulan produk Togawa Chair dan kalah dari kompetitor lain. Melihat kondisi tersebut penulis menjadikannya sebagai pedoman dalam melakukan perancangan visualisasi promosi Togawa Chair yang bertujuan agar

mahasiswa dapat memahami keunggulan dan meningkatkan *awareness* mahasiswa terhadap Togawa Chair.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara mengkomunikasikan keunggulan Togawa Chair melalui promosi?
2. Bagaimana konsep perancangan visual promosi Togawa Chair?

1.3. Batasan Masalah

Ruang lingkup batasan masalah yang dibahas pada Tugas Akhir ini akan dibatasi pada :

1. Segmentasi demografis
 - a. Perancangan visual promosi untuk laki-laki dan perempuan
 - b. Dirancang untuk usia Primer : 19-25 tahun. Sekunder: Dewasa, 25-45 tahun.
 - c. Berprofesi sebagai pegawai/karyawan, pelajar
 - d. SES (*social economy status*) Indonesia C1 dan B berkisar Rp. 2.800.000,00- Rp. 6.000.000,-
2. Segmentasi Geografis Togawa Chair mencakup Primer: Yogyakarta dan Jakarta. Sekunder : Indonesia.
3. Segmentasi Psikografis Togawa Chair mencakup kelas menengah

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan ini adalah dapat menjawab berbagai pertanyaan yang timbul sesuai dengan rumusan masalah yang akan dijawab dan diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan yang berguna baik itu bagi pembaca, penulis, produsen Togawa Chair dan mahasiswa yang dijabarkan sebagai berikut.

1. Untuk menciptakan visualisasi promosi produk melalui promosi sebagai sarana informasi.
2. Membantu mahasiswa memilih produk yang berkualitas dan multiguna dengan harga terjangkau.
3. Untuk mengetahui keunggulan Togawa Chair.
4. Untuk meningkatkan penjualan Togawa Chair.

1.5. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari karya tugas akhir ini antara lain sebagai berikut:

a. Bagi Masyarakat

Dapat mengenal keberadaan Togawa Chair dan menarik minat masyarakat untuk menggunakan Togawa Chair.

b. Bagi Produsen Togawa Chair

Menjadi pedoman bagi produsen Togawa Chair dalam merancang media promosi yang efektif dan dengan perwujudan media yang bermanfaat bagi promosi perusahaan untuk anak kost agar lebih mengenal Togawa Chair dan menarik minat anak kost untuk menggunakan Togawa Chair sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan Togawa Chair.

c. Bagi Lembaga (UMN)

Menjadi referensi bagi akademis khususnya pada jurusan desain grafis mengenai sarana promosi serta sebagai masukan untuk penulis lainnya.

1.6. Metodologi Pengumpulan Data

Merupakan teknik atau cara yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam melakukan analisis yang digunakan dalam tugas akhir ini. Metode pengumpulan data dibagi menjadi 2 tahap yaitu:

1. Metode Pengumpulan Data Primer

a. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke pihak terkait dengan tujuan untuk mendapatkan data secara sistematis, original atau asli untuk mengetahui keadaan di tempat survei secara lebih rinci. (Sarwono&Lubis, 2007: 100). Di sini penulis mengunjungi langsung tempat produksi Togawa Chair di Nanggulan, Kulonprogo Yogyakarta. Untuk melihat keadaan perusahaan, bagaimana proses produksinya, bagaimana cara menggunakan produk dan mengganti cover dengan cara melepas yang benar.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menanyakan data yang dibutuhkan kepada target untuk mendapatkan data yang mampu memenuhi kebutuhan. (Hanif al Fatta, 2007:69).

Disini penulis melakukan wawancara dengan Bapak Ignatius Heru Wahyudi selaku pendiri dan pembuat Togawa Chair. Dari hasil wawancara, diperoleh jika target pemasaran Togawa Chair adalah mahasiswa, tetapi banyak yang memesan bukan dari kalangan mahasiswa melainkan dari kalangan lain. Penghasilan dan banyaknya produk yang dapat dijual dalam sebulan. Diperoleh juga jika produk Togawa Chair memiliki banyak keunggulan diantaranya sandaran dapat diatur 90 derajat sampai 180 derajat, dengan 6 posisi sandaran, terdiri dari 2 cover, yaitu cover dalam dan luar, dimana cover luar dapat diganti dan dicuci, serta keunggulan lainnya. Selain itu diperoleh jika promosi yang dilakukan Togawa Chair hanya sekedar menaruh foto atau poster pada media online.

2. Metode Pengumpulan Data Sekunder

a. Kepustakaan

Metode kepustakaan adalah mencari data literatur yang berhubungan dengan desain komunikasi visual, meliputi buku, koran, majalah, kamus (Kamus Besar Bahasa Indonesia, dan Kamus Bahasa Inggris-Indonesia). Penulis mencari data atau informasi dari buku, majalah, katalog, brosur yang berhubungan dengan usaha furniture atau perabotan rumah tangga khususnya kursi.

b. Dokumentasi

Penulis melakukan pengambilan gambar di tempat produksi, keadaan, dan media-media promosi Togawa Chair dengan menggunakan

kamera sebagai alat bantu. Dokumentasi sangat penting dilakukan untuk sebagai bukti dalam melakukan suatu analisis berupa foto-foto atau gambar-gambar yang berhubungan dengan tema atau judul yaitu dalam mempromosikan kursi lipat Togawa Chair.

c. Internet

Dengan meningkatnya kemampuan teknologi, banyaknya alat pencarian yang canggih, informasi yang tersebar dan dapat diakses di jaringan online seluruh dunia, maka semakin mudah bagi para penulis atau peneliti untuk mencari data yang dibutuhkan secara online (Sarwono&Lubis,2007: 105).

1.7. Metodologi Perancangan

Dalam tugas akhir yang berjudul perancangan visual promosi sebagai sarana mempromosikan Togawa Chair akan dilakukan beberapa tahapan perancangan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Tahapan perancangan dilakukan dari proses pengumpulan data secara kualitatif.

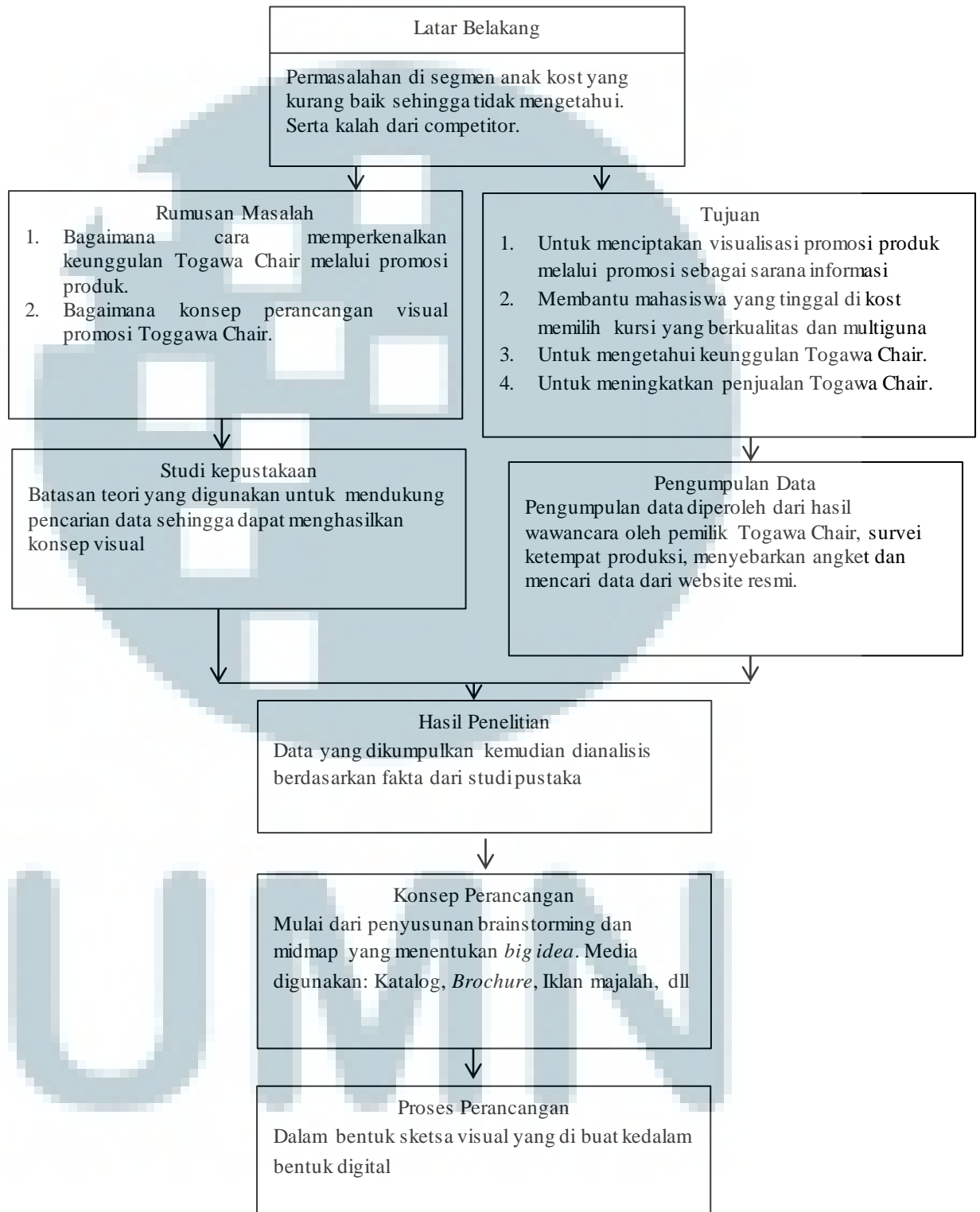
Metode kualitatif hasil yang didapat adalah penjelasan hasil wawancara, angket, catatan observasi dan dokumentasi. Data- data yang dikumpulkan kemudian dianalisa dan diidentifikasi sebagai sumber fakta dari permasalahan.

Analisa dilakukan untuk mengetahui apa yang menyebabkan penyerapan produk togawa chair tidak diterima dengan baik dan peluang apa saja yang dapat Togawa Chair lakukan. Setelah data diperoleh, kemudian mefokuskan pada permasalahan dan mencari solusi untuk memecahkan permasalahan. Dalam mencari solusi dibutuhkan strategi untuk menghasilkan konsep utama, dimana

diperoleh dari *brainstorming* dan *mindmapping*. Melalui proses tersebut, didapatkan konsep visual berupa sketsa yang kemudian diterapkan atau dieksekusi kedalam sebuah bentuk digital sebagai hasil akhir dari proses perancangan visual promosi



1.8. Skematika Perancangan



Tabel 1.1. Sistematika Perancangan