

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopitaria adalah restoran atau kafe kopitiam yang berada di Jalan Marina Indah Golf, Ruko Exclusive Mediterania, Pantai Indah Kapuk, Jakarta. Sampai saat ini Kopitaria telah menjadi salah satu destinasi makan yang populer di daerah tersebut. Restoran ini dikenal dengan hidangan kopi dan makanan berkualitas tinggi yang disajikan dengan cita rasa autentik. Walaupun nama dari restoran Kopitaria ini sudah sangat familiar di telinga masyarakat setempatnya ternyata masih belum cukup. Pemilik memiliki beberapa *concern* mengenai restorannya ia sendiri. Berdasarkan interview dan research yang penulis lakukan menurut pemilik Kopitaria masih sangat susah menggait pelanggan baru, khususnya anak muda seperti GEN Z.

Pantai indah kapuk memiliki infrastruktur dan Pembangunan yang dapat di bilang sangat cepat, sehingga semakin menjamurnya kafe kafe baru kekinian yang di gemari oleh anak – anak muda jaman sekarang dan hal demikian menimbulkan dampak yang lumayan signifikan terhadap Kopitaria, yaitu kehilangan target market yang di incar yaitu Gen Z. Kopitaria sendiri belum pernah melakukan upaya promosi untuk menarik target market baru yaitu Gen Z. yang dimana ini jika dibiarkan terus – menerus akan merugikan nama dari Kopitaria itu sendiri. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa masalah desain yang ada pada kopitaria adalah media promosinya sehingga ini menjadi salah satu masalah desain yang dapat diselesaikan oleh mahasiswa desain komunikasi visual.

Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk menetapkan judul tugas akhir yang berjudul "Perancangan Media Presuasi Resto Kopitaria" dengan tujuan untuk membantu mengembangkan dan memperluas market agar mampu bersaing dengan kompetitor dan meningkatkan pengenalan merek. Dengan melakukan perancangan media persuasi ini, penulis akan memperbaiki aspek promosi Resto

Kopitaria yang sampai saat ini sudah dilakukan namun belum juga mencapai target yang di inginkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang tercantum di latar belakang, dapat diperoleh rumusan masalah berupa, Bagaimanakah perancangan media persuasi promosi Kopitaria dalam menggait market baru yaitu GEN Z?

1.3 Batasan Masalah

Berikut merupakan batas masalah untuk perancangan ulang identitas visual Kopitaria:

1.3.1 Batasan Geografis

- 1) Negara : Indonesia
- 2) Kota : Jakarta Utara, PIK

1.3.2 Batasan Demografis

- 1) Jenis Kelamin : Perempuan dan Laki-laki
- 2) Usia : 15 – 26 Tahun
- 3) Pekerjaan : Pelajar dan Pekerja
- 4) Pendapatan : Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
- 5) Agama : Semua agama
- 6) Status pernikahan : Sudah menikah/belum menikah

1.3.3 Batasan Psikografis

Memiliki gaya hidup yang menyukai kegiatan kongkow di tempat kedai kopi dan dengan kepribadian FOMO

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah menciptakan media persuasi promosi baru untuk Kopitaria yang dapat dikenali dan diketahui oleh masyarakat sesuai dengan citra dan karakteristik mereknya sebagai restoran kuliner. Selain itu, tujuan tersebut juga mencakup kemampuan untuk membedakan Kopitaria dengan pesaing-pesaingnya secara mudah.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat yang akan didapatkan oleh penulis adalah mempelajari dan mendalami arti, pengertian dan cara dalam membuat sebuah media persuasi promosi yang ternyata memiliki banyak manfaat dan tujuan. Manfaat yang akan didapatkan penulis juga adalah penilaian yang akan didapat karena telah mengerjakan tugas akhir dari Universitas Multimedia Nusantara.

Manfaat bagi orang lain adalah menjadi salah satu sarana informasi yang bisa digunakan sebagai penambah ilmu pengetahuan atau menambah edukasi dari pembaca dan sebagai referensi journal yang bisa digunakan di kemudian hari. Namun manfaat yang akan paling dirasakan adalah oleh pemilik brand atau restoran yang menjadi payung dari tugas akhir penulis yaitu restoran Kopitaria. Manfaat yang diharapkan adalah restoran Kopitaria dapat menggunakan laporan tugas akhir penulis sebagai jalan dan direalisasikan dalam memperluas target market dalam kedepannya.

Manfaat bagi Universitas adalah penambahan data yang dapat berguna bagi Universitas maupun mahasiswa yang ada di Universitas Multimedia Nusantara

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A