



### **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

Dalam situs *Detik* (2010, diakses pada 6 Februari 2014), roti adalah makanan yang ditemukan di Mesir sekitar 4.600 tahun yang lalu. Masyarakat Indonesia mulai mengenal roti pada jaman penjajahan Belanda. Roti pada saat itu hanya dianggap sebagai makanan para sinyo dan noni. Tetapi kini di Indonesia, roti sudah menjadi makanan pokok kedua bagi masyarakat Indonesia. Hal ini dikarenakan roti memiliki kandungan karbohidrat yang tinggi dan sumber zat gizi lainnya. Roti juga merupakan makanan yang praktis untuk disajikan dan digunakan sebagai pelengkap makanan lainnya.

Seperti yang terlampir dalam situs *Pastrybakery* (2011, diakses pada 19 Februari 2014), bisnis *bakery* di Indonesia saat ini sangat menggiurkan. Walaupun masyarakat Indonesia tidak menjadikan roti sebagai makanan pokok, namun bisnis *bakery* tetap berkembang dan meningkat. Chris Hardijaya juga mengatakan dalam situs *Industri Bisnis* (2013, diakses pada 19 Februari 2014) bahwa bisnis roti dan kue di tahun 2013 diprediksi meningkat sekitar 15%. Prediksi optimis ini ditetapkan karena melihat pertumbuhan tahun 2012 yang mencapai 14% dengan prediksi semula yang diperkirakan hanya meningkat 12%.

Data diatas menyimpulkan bahwa persaingan dalam usaha *bakery* di Indonesia terus meningkat dan berkembang pesat seiring berjalannya waktu. Semakin banyak toko *bakery* yang bersaing menyebabkan sebuah perusahaan membutuhkan alat yang mampu mengkomunikasikan dan memasarkan informasi

produknya secara jelas kepada pembeli. Alat tersebut dinamakan dengan media promosi. Menurut Saladin dan Oesman (2002) mengungkapkan bahwa promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi kenal dengan produk tersebut, menjadi pembeli, serta mengingat produk tersebut (hal. 123). Hal ini membuktikan bahwa promosi merupakan peranan penting dalam sebuah pemasaran. tetapi peranan penting tersebut ternyata tidak digunakan dan dimiliki oleh Sheeren Cakes & Bread.

Sheeren Cakes & Bread yang merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam produksi *bakery* yang mencakup kue dan roti. Didirikan pada tahun 2010 dan memiliki 3 cabang yang berlokasi di Daan Mogot, Taman Semanan Indah, dan Bandar Lampung. Berdasarkan hasil wawancara dengan Yeni, selaku perwakilan dari pihak Shereen Cakes & Bread, permasalahan yang dirasakan adalah masyarakat luas kurang mengenal Sheeren Cakes & Bread yang akhirnya berdampak pada pendapatan yang tidak kunjung meningkat. Oleh karena itu, pihak Sheeren Cakes & Bread menginginkan adanya media promosi untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis memutuskan untuk merancang tugas akhir yang berjudul “*Perancangan Media Promosi Shereen Cakes & Bread*”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana membuat perancang media promosi yang sesuai bagi kebutuhan Sheeren Cakes & Bread ?

Bagaimana visualisasi promosi yang sesuai dengan kebutuhan Shereen Cakes & Bread?

### **1.3. Batasan Masalah**

Perancangan ini dibatasi pada pembuatan media cetak dan media sosial yang diperuntukan bagi target karyawan perusahaan atau kantor yang berusia 25-35 tahun, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, berstatus lajang atau menikah, bertempat tinggal di daerah lokasi toko, yang membutuhkan *snackbox* untuk rapat, seminar, sekolah, dll yang penyebarannya di wilayah perkantoran, *shuttle*, dan perumahan.

### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Membuat perancang media promosi yang sesuai bagi kebutuhan Sheeren Cakes & Bread.

Membuat visualisasi promosi yang sesuai dengan kebutuhan Shereen Cakes & Bread

### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat dari “ Perancangan Media Promosi Shereen Cakes & Bread” yaitu:

1. Membuat masyarakat untuk lebih mengenal Sheeren Cakes & Bread.
2. Memberikan media promosi yang sesuai dengan kebutuhan Sheeren Cakes & Bread

## 1.6. Metode Pengumpulan Data

Perancangan media promosi yang akan dilaksanakan ini dilengkapi dengan suatu proses pengumpulan data yaitu :

### 1. Studi Pustaka

Studi pustaka menjadi awal landasan perancangan secara teoritis yang dijadikan sebagai titik tumpu perencanaan metode perancangan yang sesuai untuk mencapai tujuan utama yaitu membuat perancangan media promosi Sheeren Cakes & Bread. Tahap ini dilakukan oleh penulis dengan membaca pustaka berupa media cetak maupun media digital sesuai dengan masalah yang dirancang.

### 2. Observasi

Observasi dilakukan oleh penulis dengan mengunjungi Shereen Cakes & Bread untuk mengetahui lebih jauh kondisi saat ini berkaitan dengan tema perancangan. Selain itu, Observasi dilakukan untuk mengetahui interaksi antara perusahaan dengan pelanggan.

### 3. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada perwakilan pihak pemilik dari Shereen Cakes & Bread, Ibu Yeni sebagai sumber informasi primer yang relevan dan dibutuhkan oleh penulis untuk merancang media promosi. Pihak-pihak lain yang bersangkutan seperti pelanggan maupun pemilik entitas sejenis juga digunakan sebagai sumber informasi tambahan.

#### 4. Survey

Survey dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada 50 responden di wilayah Jakarta dan Tangerang, dalam rangka untuk informasi yang dibutuhkan untuk mendukung perancangan media promosi untuk Shereen Cakes & Bread.

#### 1.7. Metode Perancangan

Pertama penulis akan melakukan observasi ke pihak yang bersangkutan demi mendapat data dan informasi yang akurat mengenai target perancangan. Berdasarkan data yang didapat maka penulis bisa menganalisis dan membuat kesimpulan untuk membuat rancangan yang sesuai dengan target sehingga rancangan penulis dapat menyampaikan informasi secara efisien dan berguna bagi Shereen Cakes & Bread.

UMMN

## 1.8. Skematika Perancangan

