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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Meminum jus adalah hal yang sangat penting dan menjadi kebutuhan untuk menunjang kesehatan badan dan mengurangi resiko terkena penyakit. Menurut Adhi Siswaja Lukman, Ketua Bidang Kerja-Sama dan Advokasi GAPMMI, tren minuman jus memang meningkat, terlebih di kalangan menengah atas karena sudah menjadi bagian dari gaya hidup sehat.

Hidup sehat adalah keinginan banyak orang. Itulah sebabnya, untuk mencapai tingkat kesehatan yang maksimal, sebagian orang menghindari bahan-bahan berbahaya. Salah satunya, bahan pengawet. Peduli akan dampak buruk bahan pengawet ini, Hendrik Setiawan, Direktur PT Adelphi TransAsia Indonesia memproduksi jus bebas pengawet.

Mengusung merek Mama Roz, Hendrik mulai menjual jus buah segar ini sejak tahun 2006. Mama Roz, memproduksi jus yang terbuat dari buah-buahan impor maupun lokal terpilih. Jus buah Mama Roz meliputi kiwi, lemon, alpukat, apel, guava, stroberi, dan lain-lain. Hendrik Setiawan, selaku pemilik merek Jus Mama Roz, mengklaim bahwa jus Mama Roz ini sangat segar dan sehat, karena diproses menggunakan teknologi mesin canggih dari luar negeri, dan tidak menggunakan bahan pengawet dan pewarna buatan,

Walaupun saat ini masyarakat modern menyadari betapa pentingnya jus untuk kesehatannya, masih banyak yang tidak sempat mengkonsumsi buah-buahan karena merasa tidak cukup waktu untuk membuat jus, sehingga dengan adanya jus

Perancangan Media Promosi..., Yasa Segara, FSD UMN, 2017

buah Mama Roz yang lebih mudah dan praktis dalam penyajian, kesulitan itu dapat diatasi. Saat proses perancangan ini, Mama Roz *Juice* telah dijual di lebih dari 100 *modern market* premium seperti Foodhall, Ranch Market, Grand Lucky, Hypermarket, dan Hero.

Namun Mama Roz saat ini belum mempunyai satu komunikasi pemasran yang terpadu dengan baik, yang dapat memperkenalkan produknya dan memuat informasi mengenai produknya, serta menjalin hubungan dengan target utamanya yaitu masyarakat perkotaan usia produktif (25-40 tahun) dari kelas menengah ke atas yang memiliki kesibukan yang tinggi, namun masih memiliki keinginan untuk tetap sehat, sehingga pengembangannya pun diciptakan agar dapat melayani kebutuhan akan produk secara yang dapat secara efektif meningkatkan penjualan.

Penulis mengangkat judul dengan tema "Perancangan Media Promosi Jus Buah Premium Mama Roz" ini dengan tujuan merancang sebuah media promosi sebagai solusi merek Jus Buah Premium Mama Roz dan sarana untuk menyediakan informasi, menjalin koneksi dengan konsumen, dan membantu meningkatkan penjualan.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, rumusan masalah yang menjadi inti dari tulisan ini adalah: Bagaimana perancangan desain media promosi yang tepat untuk merek jus buah Mama Roz yang dapat secara efektif meningkatkan penjualan?

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

1.3. Batasan Masalah

Pembahasan yang dilakukan oleh penulis dibatasi kepada perancangan desain media promosi jus buah Mama Roz. Adapun ruang lingkup yang penulis tangani yaitu:

Penelitian ditujukan kepada target primer dari Mama Roz, dengan demografis: perempuan pada usia 25-40 tahun, seorang pekerja, di kelas ekonomi menengah ke atas (SES A). Sementara untuk keadaan psikologisnya, target utama dari jus buah Mama Roz ini adalah seseorang dengan aktivitas yang sibuk tetapi tetap ingin sehat.

Penelitian dilakukan di wilayah Tangerang, Jakarta dan sekitarnya.

Perancangan desain media promosi ini adalah pencarian solusi yang tepat untuk merek Mama Roz dengan citra yang tepat dan menarik, serta menjadi satu komunikasi yang efektif meningkatkan penjualan.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari dilakukannya perancangan ini adalah memberikan solusi desain promosi yang tepat untuk merek jus Mama Roz dan aplikasinya, sehingga dapat secara efektif mengedukasi pelanggan dan memudahkan pelanggan dalam menjangkau produknya.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat yang dapat diperoleh melalui perancangan visual buku ini antara lain:

Perancangan Media Promosi..., Yasa Segara, FSD UMN, 2017

1. Bagi penulis, perancangan ini bermanfaat sebagai salah satu pembelajaran mengenai media promosi dan gizi dan juga menjadi sarana pembelajaran penulis dalam merancang sebuah komunikasi untuk promosi dimulai dari proses mengkonsep, merancang, hingga mem-*publish* media promosi tersebut.

2. Bagi masyarakat, khususnya masyarakat perkotaan, perancangan media promosi ini diharapkan mampu memberikan informasi positif, terutama dalam menjalankan hidup sehat dengan cara membiasakan diri mengkonsumsi makan dan minuman yang sehat, seperti mengkonsumsi jus.

3. Bagi universitas, perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat membawa citra yang baik untuk UMN, sebagai bentuk terapan nyata di masyarakat dari pelajaran-pelajaran desain yang didapatkan penulis selama proses perkuliahan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA