

1.Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Banyak toko roti di kota Surabaya yang sudah sangat terkenal di kalangan masyarakat baik di Surabaya maupun di luar Surabaya seperti Holland bakery. Holland Bakery dikenal selain karena kualitas rotinya yang enak juga karena promosi yang digunakan menarik dan mampu diingat oleh masyarakat luas, dengan mutu yang terjamin dan promosi yang baik tidak heran Holland Bakery menjadi salah satu *brand* yang dikenal di kalangan masyarakat.

Amelia Cake & Bakery merupakan sebuah *store bakery* yang sudah berdiri sejak tahun 1984, pertamanya *store* Amelia Cake & Bakery berada di Jl Babatan Pantai X/9 Surabaya dan merupakan usaha rumah tangga yang lebih mengutamakan penjualan cake. Tahun 2002 Amelia Cake and Bakery membuka *store* utama di Jl.Babatan Pantai Utara X no.15 Surabaya. Tahun 2007 Amelia Cake & Bakery membuka cabang *store* di Jl. Manyar Kertoarjo V no. 73 Surabaya, namun *store* tersebut hanya bertahan sampai tahun 2013 sebelum akhirnya ditutup karena terlalu sepi. Meskipun Amelia Cake and Bakery sudah berdiri lama namun, Amelia Cake & Bakery kurang dikenal oleh masyarakat khususnya di Surabaya, penjualan roti Amelia Cake & Bakery hanya sekitar 30 - 40 roti/hari. Pembeli yang datang di *bakery* tersebut kebanyakan hanya warga daerah Babatan Pantai.

Problem yang dialami oleh Amelia Cake & Bakery ini dikarenakan tidak adanya promosi yang dilakukan oleh Amelia Cake & Bakery. Dibandingkan dengan kompetitor dari Amelia Cake & Bakery seperti Majestyk Bakery dan Kampoeng Roti, kedua bakery ini sangat kuat dalam mempromosikan produknya baik dalam bentuk brosur maupun promosi yang dilakukan di *store* mereka sendiri. Dalam pandangan visual kemasan yang digunakan oleh Amelia Cake & Bakery kurang dapat mencerminkan *brand* dari Amelia Cake & Bakery, dimana ada beberapa kemasan pada *bakery* yang digunakan terkadang tidak tercantum merek dari Amelia Cake & Bakery. Perancangan ini akan melibatkan media pendukung seperti media cetak dan media pendukung promosi lainnya. Kemasan akan didesain visualnya sedemikian rupa agar mudah dipahami, sekaligus dapat

mencerminkan identitas Amelia Cake & Bakery dan mampu menarik minat pelanggan. Kualitas roti dari Amelia Cake & Bakery termasuk kualitas roti yang baik, karena telah memiliki PIRT serta pendapat dari beberapa pelanggan yang datang di Amelia Cake & Bakery. Promosi yang menarik yang didukung oleh kemasan yang mencerminkan *brand* dari Amelia Cake & Bakery dapat membuat konsumen lebih mengenal Amelia Cake & Bakery sehingga tertarik untuk membelinya.



Gambar 1.1
Beberapa *varian* roti yang di jual di Amelia Cake & Bakery
Dokumentasi : Susanti Aprillia Cahyono (2015)



Gambar 1.3
Contoh kemasan Amelia Cake & Bakery yang salah satunya tidak terdapat *brand*
Amelia Cake & Bakery
Dokumentasi : Susanti Aprillia Cahyono (2015)

1.2 Batasan Masalah

- a. Geografis : Surabaya
- b. Demografis : Dewasa berusia 20 – 30 tahun, pria maupun wanita

- c. Psikografis : Pergaulan luas, aktif di *Social Media*
- d. Behavior : Penggemar Roti

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disusun sebelumnya, maka dapat ditarik inti permasalahan yang dirumuskan dalam rumusan masalah adalah:

- 1. Bagaimana merancang media promosi Amelia Cake & Bakery agar dapat dikenal dan menarik minat masyarakat Surabaya?

1.4 Tujuan Perancangan

- 1. Merancang media promosi Amelia Cake & Bakery agar dapat dikenal dan menarik minat masyarakat Surabaya.

1.5 Manfaat Perancangan

Manfaat dalam perancangan tersebut terdiri sebagai berikut :

a. Bagi Mahasiswa

- 1. Mampu menerapkan ilmu dalam mengkonsep dan merancang hasil yang berguna.
- 2. Mendapatkan banyak pengetahuan mengenai media promosi dan desain kemasan.

b. Bagi Universitas Kristen Petra

- 1. Dapat mengangkat nama Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra di dunia desain grafis

c. Bagi Perusahaan

- 1. Meningkatkan angka penjualan pada produk tersebut dan membuat produk kue Amelia Cake & Bakery makin dikenal oleh setiap kalangan masyarakat.

d. Bagi Masyarakat

- 1. Manfaat perancangan ini bagi masyarakat profesi, dapat dijadikan salah satu referensi oleh mereka dalam pembuatan perancangan promosi yang serupa.
- 2. Menjadikan masyarakat mengetahui dan paham betul akan media promosi dan tentang ilmu Desain Komunikasi Visual pada umum.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini adalah

survei, data didapatkan dari informan maupun lingkungan sekitar Amelia Cake & Bakery. Adapun beberapa teknik lain dari pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini, adalah :

a. Teknik Pengumpulan Data

(1) Observasi

Observasi dilakukan yang bertujuan untuk mengumpulkan data melalui pengamatan langsung di Amelia Cake & Bakery di Jalan Babatan Pantai Utara IX No.74 Surabaya. Observasi adalah metode pengumpulan data di mana peneliti mencatat informasi sebagaimana mestinya yang mereka saksikan selama penelitian.

(2) Wawancara

Untuk mendukung data lapangan yang akurat, diperlukan juga data dari hasil wawancara. Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan bertanya langsung pada pemilik serta pelanggan dari perusahaan Amelia Cake & Bakery. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata - kata secara verbal.

(3) Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan bertujuan untuk mengumpulkan data visual dari Amelia Cake & Bakery, berupa foto *store* dan beberapa kemasan produk yang dijual di Amelia Cake & Bakery. Fungsi dokumentasi ini adalah membuat data berupa foto perihal perusahaan. Sehingga dokumentasi ini merupakan kumpulan dari survei yang telah dilakukan. Oleh karena itu, dokumentasi dikatakan penting sebagai acuan dalam pembuatan suatu penelitian dan perancangan.

b. Alat Pengumpul Data

Alat pengumpul data adalah alat - alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berguna untuk penelitian, diantaranya :

1. Kamera

Kamera digunakan untuk mengambil data visual dari Amelia Cake & Bakery. Berupa foto suasana Amelia Cake & Bakery dan beberapa contoh kemasan Amelia Cake & Bakery.

2. Tape Recorder

Tape Recorder digunakan untuk merekam wawancara dengan pemilik Amelia Cake & Bakery dan beberapa pelanggan dari Amelia Cake & Bakery.

3. Alat Tulis dan Kertas

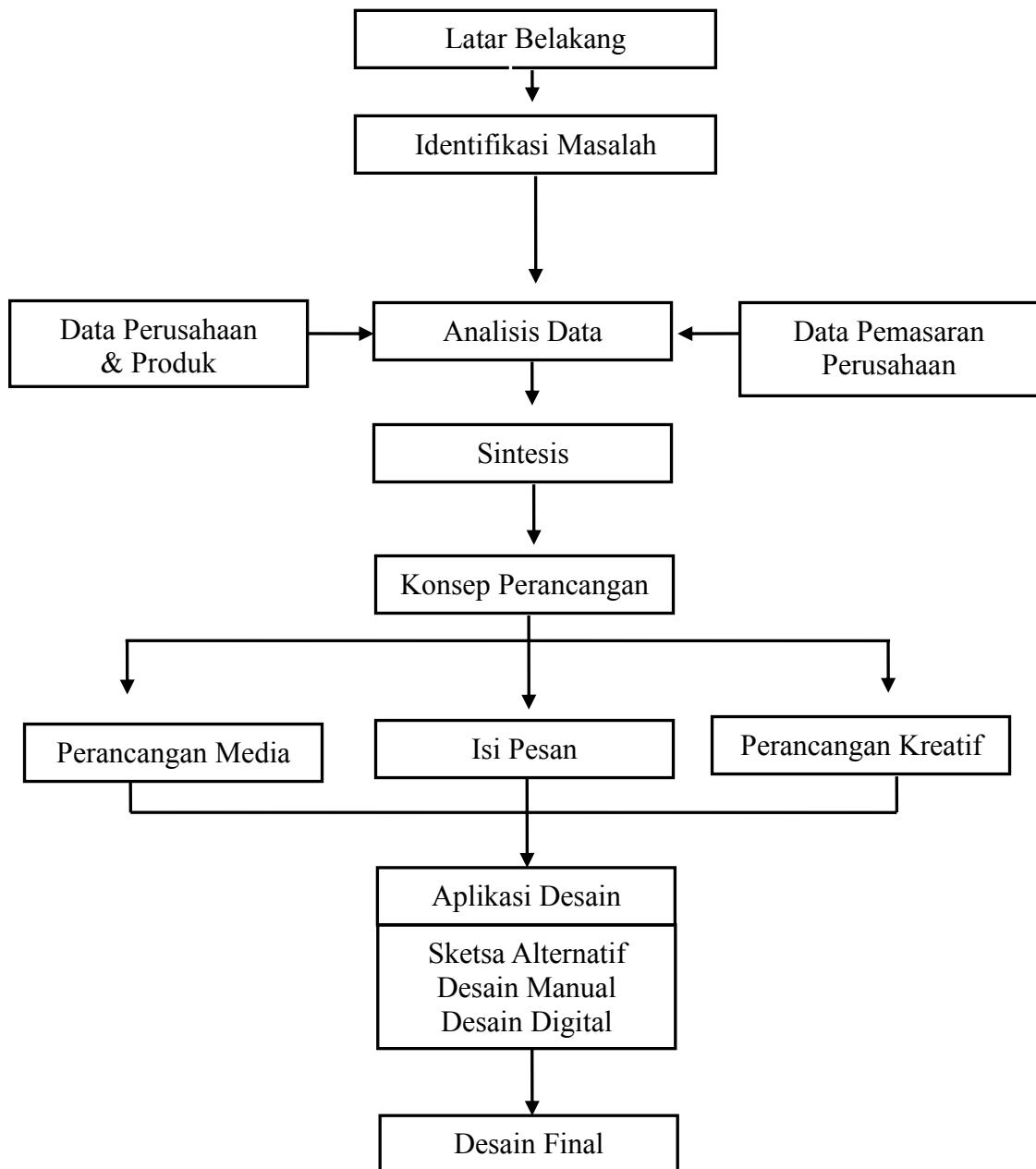
Digunakan untuk mencatat *point - point* penting yang deiberikan saat wawancara dengan pemilik Amelia Cake & Bakery dan beberapa pelanggan Amelia Cake & Bakery

c. Metode Analisis Data

Menurut Freddy Rangkuti (1997:18), metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategis perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Oppotunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor - faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT.

1.7 Kerangka Pemikiran Perancangan

Untuk mempermudah pemahaman terhadap masalah yang sedang diangkat dalam Tugas Akhir ini, adapun kerangka perancangannya adalah sebagai berikut :



Gambar 1.5
Skematika Perancangan