

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

#### Riwayat Perusahaan<sup>1</sup>

Seiring dengan berjalannya waktu, kebutuhan masyarakat akan kebutuhan semakin meningkat. Salah satunya adalah kebutuhan akan dokumentasi, dimana dengan adanya dokumentasi kita dapat mengenang suatu kejadian indah yang mungkin tidak akan pernah terulang kembali. Photo studio merupakan kebutuhan kalangan masyarakat baik tua maupun muda. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut, banyak bermunculan photo studio di berbagai wilayah. Namun setiap photo studio memiliki ciri khas *style*, karakteristik dan fasilitas yang berbeda. Dan semua itu akan menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam menentukan pilihannya.

Di Surabaya banyak bermunculan photo studio di berbagai lokasi, tentunya dengan keanekaragaman cirri khas, karakteristik dan fasilitas yang berbeda. Salah satu photo studio yang ada di Surabaya dapat dikatakan masih tergolong baru adalah Tjie Putra III yang bertempat di Jl.Raya Kedung Asem N-6. Tjie Putra III ini selalu melayani pas photo juga photo *pre wedding*. Fasilitas yang diberikan adalah desain album photo untuk layanan photo *pre wedding*.

Sebenarnya Tjie Putra III merupakan pengembangan dari Tjie Photo yang telah berdiri sejak tahun 1994. di mana pada tahun itu Tjie Photo hanya melayani pas photo saja. Karena adanya persaingan yang begitu ketat, maka Tjie Putra III juga melayani pre wedding sebagai upaya antisipasi semakin berkembangnya photo studio lainnya.

Sejauh ini promosi Tjie Putra III masih kurang, dan tampaknya promosi yang sudah dilakukan kurang efektif. Di era yang semakin maju ini diperlukan promosi yang baik. Mengingat begitu banyaknya informasi disampaikan pada masyarakat. Setiap hari, ribuan pesan iklan bersaing untuk masuk ke dalam pikiran calon pelanggan. Tidak salah lagi, pikiran adalah

medan pertempuran<sup>2</sup>. oleh karena itu, periklanan harus dilakukan seefektif mungkin agar informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh *target audience*.

## **1.2. Rumusan dan Batasan Masalah**

### **1.2.1 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana menciptakan perancangan desain grafis yang komunikatif, menarik dan estetis sebagai media promosi Tjje Putra III.
2. Bagaimana menciptakan aplikasi pemilihan media yang tepat, efektif, efisien sesuai dengan khalayaknya.

### **1.2.2 Batasan Masalah**

Tugas akhir ini akan membatasi perancangan Tjje Putra III pada masa promosi bulan April sampai dengan bulan Desember tahun 2006.

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Perancangan**

### **1.3.1 Tujuan Perancangan**

Tjje putra III termasuk tempat studio foto *pre wedding* yang baru di buka di Surabaya maka dibutuhkan pembuatan promosi atau perancangan desain grafis dan media promosi Tjje putra III yang komunikatif .estetis, efektif, dan efisien sehingga berguna bagi kepentingan promosi dan periklanan melalui media lini atas dan media lini bawah.

### **1.3.2 Manfaat Perancangan**

Melalui perancangan ini diharapkan dapat dilihat perubahan-perubahan atau fenomena yang terjadi dalam masyarakat, seperti masyarakat yang belum mengenal Tjje Putra III menjadi mengenal. Yang belum pernah mengetahui Tjje Putra III akan mengetahuinya. Selain itu yang paling diharapkan adalah masyarakat akan kembali ke Tjje Putra III apabila merasa cocok akan hasil diberikan oleh Tjje Putra III maupun pelayanan yang disajikan. Semua hal tersebut merupakan suatu fenomena perilaku konsumen

atau masyarakat yang menarik dan dapat dilihat sejauh mana efektifitas perancangan yang dibuat Tjie Putra III mampu bersaing dengan kompetitornya dalam menarik konsumen dan pelanggannya.

▪ **Bagi produsen.**

Bagi produsen, supaya mendapat konsumen yang banyak dan mendapat keuntungan yang lebih baik.

**1.4. Batasan Ruang Lingkup Perancangan**

- Perancangan konsep *positioning*
- Perancangan strategi promosi
- Perancangan *budget* dan media kreatif
- Perancangan *positioning* dalam kepentingan promosi