

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Kembang alias Kota Bandung ini dikenal sebagai tempat yang menyediakan berbagai macam jajanan makanan, tempat-tempat untuk berbelanja, udara yang sejuk serta tempat-tempat yang menyajikan pemandangan alam yang indah. Oleh karena itu, tidak heran jika orang-orang luar kota terutama yang berasal dari Jakarta berlomba-lomba untuk memadati Kota Bandung pada akhir pekan, demi mendapatkan suasana baru yang jauh dari kepadatan Kota Jakarta.

Melihat kesempatan ini, maka di Kota Bandung marak sekali bermunculan *Factory Outlet* serta kafe-kafe untuk dapat menarik para pengunjung. Mereka saling berlomba untuk bersaing mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya. Tidak jarang *Factory Outlet* saling bekerja sama dengan kafe-kafe yang ada agar dapat lebih memuaskan pengunjung. Para pemilik kafe menawarkan berbagai macam makanan dan minuman unik untuk dapat memanjakan para pengunjung yang telah lelah berbelanja dan ingin berwisata kuliner di Kota Bandung. Oleh sebab itulah para pemilik kafe harus memikirkan cara agar para pengunjung ingin kembali lagi ke tempat mereka dan menjadi pelanggan setia serta dapat mempromosikan tempat mereka dari mulut ke mulut.

Salah satunya adalah *Sam's Strawberry Corner* yang terletak di Jalan Dago no 84, merupakan salah satu tempat yang menawarkan aneka makanan, minuman serta camilan yang mengandung buah *strawberry*. Di kafe kecil ini, para pengunjung dapat beristirahat setelah lelah berbelanja di *Factory Outlet* di sepanjang Jalan Dago tersebut. Selain itu, para pengunjung juga dapat melihat koleksi-koleksi sepatu di toko sepatu yang bernama *Eternity* sebab letaknya persis di sebelah *Sam's Strawberry Corner*. *Sam's Strawberry Corner* bekerja sama dengan *Eternity* untuk saling menguntungkan satu sama lain.

Sam's Strawberry Corner menyediakan aneka makanan dan minuman, namun yang menjadi menu utama sebenarnya adalah makanan, camilan dan

minuman yang mengandung buah *strawberry*. Salah satu contohnya yang unik adalah jus *strawberry* yang dipadukan dengan buah leci serta untuk makanan penutup ada puding kacang kedelai yang disiram dengan jus *strawberry* segar.

Namun dari segi visualisasi, desain dan promosi *Sam's Strawberry Corner* ini masih sangat kurang diperhatikan. Hal itu terlihat dari penggunaan logo pada berbagai media namun warna logo berubah-ubah. Selain itu, kemasan untuk minuman hanya menggunakan gelas plastik transparan yang polos dan identitas logo yang terdapat pada papan di depan cafe terlihat tidak menarik dan kusam.



Gambar 1.1

Sam's Strawberry Corner

Sumber: dokumentasi penulis

Berdasarkan beberapa hal tersebut, maka sudah terlihat jelas bahwa visualisasi desain dan promosi dari *Sam's Strawberry Corner* ini sangatlah kurang. Dalam hal inilah, maka dibutuhkan bantuan kreativitas seorang desainer komunikasi visual dalam menciptakan ide-ide yang unik untuk membuat sebuah strategi promosi yang efektif demi kemajuan sebuah usaha. Sebab dengan strategi promosi yang baik, maka akan didapat manfaat-manfaat yang positif, salah satunya peningkatan omzet setiap bulannya serta dikenalnya suatu tempat atau suatu produk oleh masyarakat dikarenakan suatu strategi promosi yang berhasil.

Penulis memilih “Promosi *Sam's Strawberry Corner*” sebagai topik Tugas Akhir karena penulis merasa tertarik dengan keunikan yang ditawarkan oleh

Sam's Strawberry Corner kepada konsumen, mereka menyediakan berbagai macam makanan, minuman, dan camilan yang mengandung buah *strawberry*. Selain itu, sesuai dengan namanya yaitu *Sam's Strawberry Corner*, maka letak tempatnya selalu berada di pojok sebuah area halaman. Namun sayang sekali, dengan keunikan yang dimiliki oleh *Sam's Strawberry Corner* ini seharusnya mereka bisa lebih mempromosikan kafe ini, tetapi sampai saat ini yang diandalkan oleh *Sam's Strawberry Corner* hanyalah promosi melalui mulut ke mulut, dan logo *Sam's Strawberry Corner* dibuat secukupnya saja lalu diletakkan pada media-media secara sembarangan serta warna logo yang bisa berubah-ubah, sehingga mereka tidak dapat membuat suatu *brand* yang cukup kuat. Dengan keunikan serta kekurangan inilah penulis merasa tertantang untuk membuat sebuah strategi promosi bagi *Sam's Strawberry Corner*, agar *Sam's Strawberry Corner* ini tampil beda dibandingkan dengan kafe-kafe lain yang ada di Kota Bandung sehingga namanya dapat lebih dikenal, khususnya orang-orang yang sedang berbelanja di sepanjang Jalan Dago.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka terdapat beberapa permasalahan, yaitu:

1. Bagaimana memperbaiki identitas *Sam's Strawberry Corner* agar lebih dikenal oleh para konsumen Factory Outlet di Bandung?
2. Bagaimana strategi promosi yang tepat untuk *Sam's Strawberry Corner*?

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan uraian permasalahan dan ruang lingkup di atas, maka berikut terdapat beberapa tujuan perancangan, yaitu:

1. Mengetahui cara menyempurnakan identitas *Sam's Strawberry Corner* agar lebih dikenal oleh para konsumen Factory Outlet di Bandung dengan cara memperbaiki identitas brand *Sam's Strawberry Corner* dan membuat layout desain yang konsisten pada berbagai media promosi yang mendukung *Sam's Strawberry Corner*.

2. Mengetahui strategi promosi yang tepat untuk *Sam's Strawberry Corner* dengan cara membuat desain visual yang menarik dan menciptakan suasana *Sam's Strawberry Corner* menjadi tempat yang nyaman untuk makan dan berbelanja.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam menyusun Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode eksplanasi untuk memecahkan masalah dengan cara, masalah diteliti dan dikaji dengan cara menjelaskan, menjabarkan memaparkan, mengekspos, dan menguraikan suatu gejala agar para pembaca memahaminya. Selain itu juga, penulis menggunakan metode analisis deskriptif yaitu berusaha mengumpulkan data yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, lalu dianalisa sehingga memberikan gambaran jelas tentang objek yang sedang diteliti.

Penulis menggunakan sumber data primer yang berupa observasi dan wawancara mendalam terhadap pemilik *Sam's Strawberry Corner*, serta literatur, sedangkan sumber data sekundernya berupa kuesioner yang disebar secara acak kepada warga Kota Bandung. Penulis juga mengumpulkan data dari internet sebagai pelengkap.

Observasi adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan terhadap objek baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, dalam arti laporan pribadinya atau hal-hal yang diketahui.

Wawancara adalah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan dan dijawab secara lisan juga. Ciri utama dari wawancara adalah kontak langsung dengan tatap muka (*face to face relationship*) antara si pencari informasi dengan sumber informasi (*interviewer* dan *information hunter*).

Yang dimaksud dengan studi pustaka adalah suatu kegiatan pengumpulan data dan informasi dari berbagai sumber, seperti buku-buku yang memuat berbagai ragam kajian teori yang dibutuhkan penulis.

Sedangkan yang dimaksud dengan media internet adalah pengumpulan data-data dan informasi yang dibutuhkan penulis menggunakan media internet.

Studi banding yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mempelajari berbagai usaha sejenis di Kota Bandung khususnya sepanjang Jalan Dago sebagai bahan perbandingan untuk *Sam's Strawberry Corner* ini.

1.5 Skema Perancangan

