

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan gaya hidup masyarakat pada masa sekarang telah mengalami banyak perkembangan. Menurut Sutisna dalam Heru Suprihhadi (2017) gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial serta interest (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi dan juga opinion (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk. Bukan hanya berbelanja di mall saja, nongkrong di kafe saat ini menjadi gaya hidup bagi masyarakat, mulai dari anak muda maupun orang dewasa, dengan tujuan bersosialisasi serta eksistensi. Dengan adanya fenomena ini, cukup banyak kafe maupun resto tempat nongkrong yang berlomba-lomba menjadi yang terbaik demi membuat tempat mereka menjadi menarik serta nyaman bagi pengunjungnya. Pada saat ini cukup banyak kafe yang baru menawarkan berbagai macam strategi serta promosi, seperti salah satu kafe yang ada di Gresik yakni Pit-Stop Kopi dengan *merchandise* berupa kaosnya yang berkolaborasi dengan orang-orang ternama seperti Sir Dandy, Jason Ranti, dan Iksan Skuter. Adanya hal tersebut strategi promosi yang menarik dapat menarik perhatian dari konsumen serta pelanggan dari kafe.

Menurut Tjiptono (2000) Salah satu dari enam strategi pokok dalam strategi promosi yakni strategi pemilihan media, tujuan dari strategi ini adalah memilih media yang tepat untuk kampanye iklan dalam rangka membuat pelanggan menjadi tahu, paham, menentukan sikap, dan membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Dengan adanya hal tersebut maka kegiatan promosi sangat dipengaruhi hasil dari pemilihan media utama promosi yang tepat bagi para konsumen maupun calon konsumen. Media sosial saat ini memberikan beberapa fitur baru, salah satunya yakni fitur yang mendukung kegiatan promosi. Salah satunya pada media sosial Instagram, saat ini telah ada fitur akun bisnis. Dengan adanya fitur tersebut para pemiliknya dapat melihat wawasan, capaian, kesan serta masih banyak lagi. Hal tersebut menjadi cukup menguntungkan pemilik usaha untuk melihat perkembangan serta berguna dalam mempromosikan usaha mereka.

Café Ragil Kuning Kopi memiliki media promosi utama yakni sosial media Instagram, selain itu Café Ragil Kuning Kopi juga melakukan promosi dengan melakukan kolaborasi dengan beberapa *brand*, salah satunya yakni Ssempac yang terakhir kali berkolaborasi. Hasil dari kolaborasinya mengeluarkan jenis kemasan baru untuk minumannya berupa kaleng plastik transparan. Café Ragil Kuning Kopi memperkenalkan jenis kemasan baru tersebut melalui sosial media Instagram, namun Café Ragil Kuning Kopi belum memiliki merchandise tersendiri yang diperuntukkan untuk para konsumen serta pelanggan kafe. Adanya hal tersebut dapat menambah *brand awareness* dari kafe yang membuat media promosi yang menarik bagi konsumen serta pelanggan. Brand awareness sendiri menurut Durianto (2004) menyatakan bahwa, kesadaran dari suatu merek (*brand awareness*) adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali dan mengingat merek sebagai bagian dari suatu produk dengan merek yang dilibatkan.

Melihat hal tersebut Café Ragil Kuning Kopi memerlukan media promosi baru dengan mengeluarkan sebuah *Merchandise* atau barang yang bisa menambah *brand awareness* dari Café Ragil Kuning Kopi. *Merchandise* adalah salah satu hal menarik dalam media promosi. Cukup banyak *Merchandise* menarik yang berhasil meningkatkan kesadaran merek suatu perusahaan atau produk, diantaranya berupa *mug*, *tumbler*/botol minum, gantungan kunci dan masih banyak lagi. Diantara beberapa *merchandise*, ada yang cukup menarik yakni kartu permainan atau sering disebut sebagai kartu remi, salah satu contoh *merchandise* kartu permainan yang digunakan sebagai media promosi yakni pada maskapai Singapore Airlines, maskapai tersebut terbilang berbeda dari yang lain karena memilih *merchandise* berupa kartu permainan sebagai media promosi. Dipilihnya *merchandise* kartu permainan sebagai media promosi di Café Ragil Kuning Kopi yakni dikarenakan kafe lain yang ada di Gresik belum ada yang menerapkan *merchandise* berupa kartu permainan sebagai media promosinya.

Café Ragil Kuning Kopi, terletak di Jalan Siti Fatimah Binti Maimun no 3, Gresik. Berdiri pada akhir tahun 2019, tepatnya pada bulan Desember, kafe milenial yang menyediakan tempat yang cukup instagramable atau bisa dibilang kekinian, kafe ini juga menyediakan menu manual brew serta kopi klasiknya yang cukup diminati banyak orang. Kafe ini sudah bisa dibilang sangat baik pada kenyamanan tempat serta fasilitas yang ada. Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada 9/1/2021 menurut Rizal (*Owner*) dan Bobby (Tim kreatif) serta Ranu (*Brewer*), Penyediaan tempat yang nyaman serta fasilitas yang lengkap seperti koneksi *wi-fi*, *outdoor area/smoking area*, *indoor area/non smoking area*,

toilet, dan musholla. Dengan adanya beberapa fasilitas tersebut pengunjung dapat termanjakan serta nyaman dengan fasilitas yang ada.

Pada jaman yang modern ini, cukup banyak yang sibuk sendiri pada saat nongkrong, dengan adanya fenomena tersebut interaksi antar sesama manusia kurang. Dengan adanya *merchandise* sebuah kartu permainan dapat menambah interaksi antar sesama jika nongkrong di kafe.

Berdasarkan wawancara secara langsung pada 9/1/2021 dengan Rizal (*Owner*), Bobby (Tim Kreatif), dan Ranu (*Brewer*), Café Ragil Kuning Kopi mulai mendapati beberapa masalah, yakni salah satunya ialah dalam hal kesadaran suatu merek, cukup banyak orang-orang yang nantinya akan menjadi calon konsumen bagi Café Ragil Kuning Kopi belum mengetahui tentang keunggulan dari Café Ragil Kuning Kopi. Sebetulnya Café Ragil Kuning Kopi telah melakukan promosinya, namun ternyata konten promosi yang dilakukan belum tersampaikan dengan baik, serta dirasa kurang efektif dalam hal mempromosikan Café Ragil Kuning Kopi. Hal tersebut cukup berpengaruh kepada segmentasi pasar yang ada di kota Gresik. Masyarakat di kota Gresik cukup banyak yang kurang mengetahui apa keunggulan dari Café Ragil Kuning Kopi karena kurang tersampainya informasi kepada masyarakat.

Selama ini media promosi utama yang digunakan oleh Café Ragil Kuning Kopi yaitu media sosial Instagram. Maka dari itu perlu adanya sebuah inovasi dalam hal promosi yang nantinya dapat meningkatkan kesadaran merek dari Café Ragil Kuning Kopi, hal tersebut diutarakan oleh Bobby yang merupakan tim kreatif pada Café Ragil Kuning Kopi. Iklan dengan media cetak *merchandise* berupa kartu permainan sebagai media promosi adalah inovasi yang menarik untuk dijadikan solusi dalam permasalahan tersebut. *Merchandise* berupa kartu permainan cukup efektif serta dapat meningkatkan kesadaran merek sebuah produk seperti halnya yang dilakukan maskapai Singapore Airlines.

Berdasarkan pada hal tersebut, penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, studi dokumentasi, serta kuisioner. Salah satu konsep dari penelitian yang diangkat yakni dengan membuat kuisioner yang diberikan kepada para konsumen serta pelanggan dari Café Ragil Kuning Kopi. Dengan berbagai keunggulan yang diberikan oleh Café Ragil Kuning Kopi, penulis akan merancang *merchandise* media cetak berupa kartu Permainan. Media Promosi berupa *Merchandise* baru tersebut nantinya akan diunggah ke media sosial Instagram.

Dengan perancangan tersebut, diharapkan nantinya pesan atau informasi yang akan disampaikan mengenai Café Ragil Kuning Kopi kepada masyarakat luas khususnya di kota Gresik yang nantinya dapat untuk mendapatkan segmentasi pasar yang lebih jelas, serta kafe tersebut mendapatkan sarana promosi yang efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka ditemukan rumusan masalah sebagai berikut.

- 1) Bagaimana merancang media promosi berupa merchandise untuk Café Ragil Kuning Kopi?
- 2) Bagaimana cara mengaplikasikan Kartu Permainan sebagai *Merchandise*?
- 3) Bagaimana merancang media promosi untuk menambah *brand awareness* konsumen Café Ragil Kuning Kopi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka dapat dijelaskan beberapa tujuan dari penelitian yakni sebagai berikut :

- 1) Merancang media promosi berupa *merchandise* berupa Kartu Permainan untuk Café Ragil Kuning Kopi Gresik.
- 2) Meningkatkan *brand awareness* dari Café Ragil Kuning Kopi Gresik.
- 3) Mengaplikasikan Kartu Permainan sebagai *Merchandise* untuk Café Ragil Kuning Kopi Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penciptaan karya ini adalah manfaat untuk beberapa pihak, antara lain:

- 1) Bagi Penulis

Sebagai sumber referensi serta wawasan baru terhadap perancangan *merchandise* untuk media promosi untuk menambah *brand awareness*. Adapun sebagai informasi serta sumber referensi mengenai penerapan *merchandise* kartu permainan sebagai media promosi dan juga meningkatkan keilmuan desain penulis pada tahanan konsep serta eksekusi desain kedepannya.

2) Bagi Calon Konsumen Café di Gresik

Sebagai Pengenalan lebih jauh kepada calon konsumen dan juga pelanggan serta menambah brand awarness terhadap Café di Gresik. Adapun konsumen serta pelanggan dapat mengetahui keunggulan yang ada serta yang akan datang.

3) Bagi Café Ragil Kuning Kopi

Sebagai inovasi baru serta solusi untuk meningkatkan konsumen dan juga pelanggan di Café Ragil Kuning Kopi Gresik. Adapun juga salah satu solusi untuk meningkatkan *awarness* dan minat terhadap Café Ragil Kuning Kopi melalui media promosi baru yakni *merchandise* yang berupa kartu permainan serta Café Ragil Kuning menpacatkan segmentasi konsumen dan pelanggan lebih jelas.

4) Bagi Universitas

Sebagai tambahan refrensi untuk perpustakaan di Universitas Internasional Semen Indonesia serta diharapkan bisa menjadi edukasi dan pembelajaran bagi mahasiswa akademisi Universitas Internasional Indonesia mengenai penerapan dari ilmu desain komunikasi visual dalam pengaplikasian *merchandise* kartu permainan sebagai media promosi suatu kafe. Adapun dapat meningkatkan keilmuan desain pembaca di perpustakaan universitas pada perancangan media promosi berupa *merchandise*.

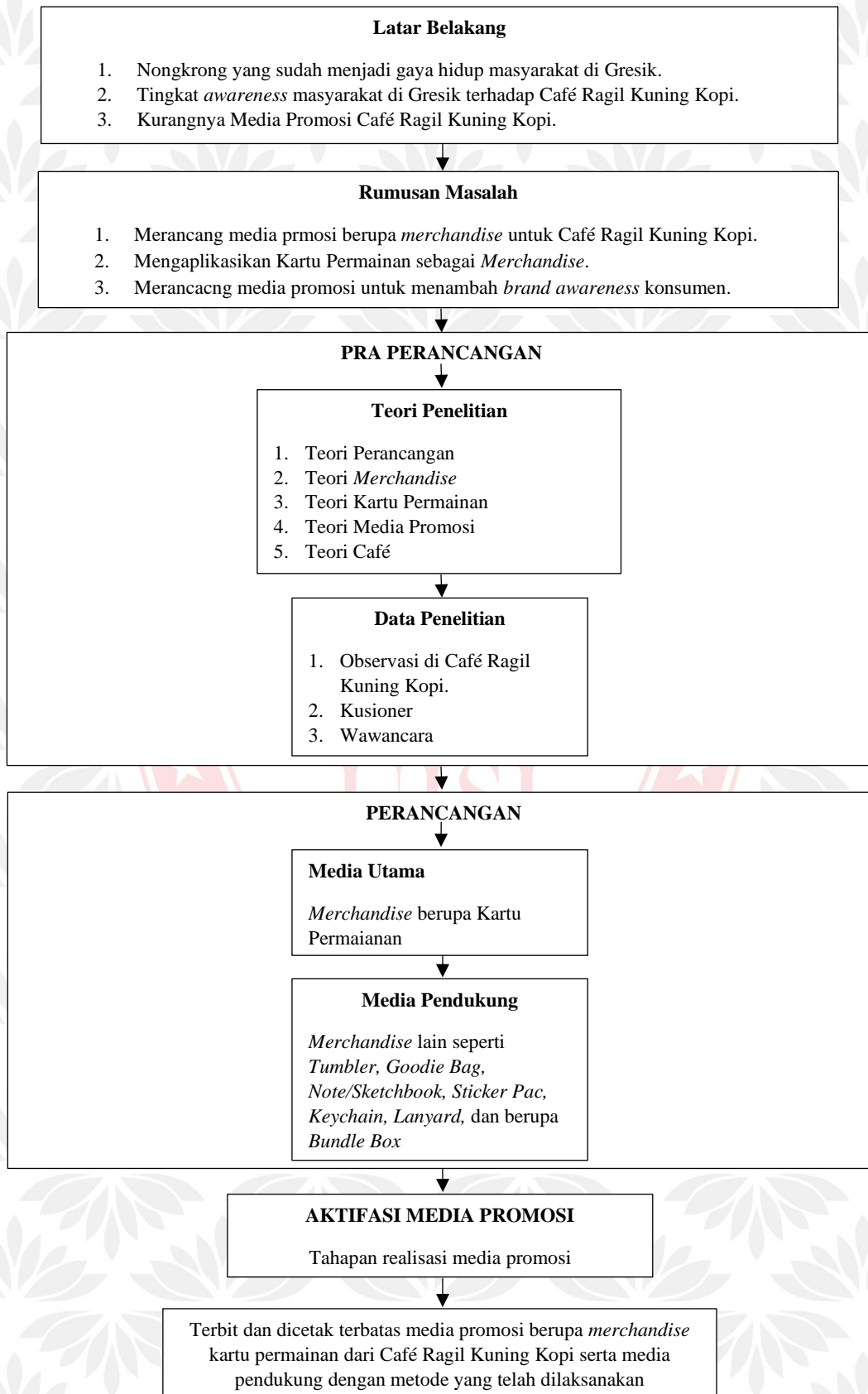
1.5 Batasan Masalah

Batasan yang digunakan untuk mendukung penelitian sebagai berikut:

- 1) *Merchandise* digunakan sebagai media promosi.
- 2) Perancangan media promosi Café Ragil Kuning Kopi dengan *merchandise* berupa kartu permainan.
- 3) Merancang media promosi berupa *merchandise* berupa kartu permainan serta sesuai dengan selera para calon konsumen serta pelanggan Café Ragil Kuning Kopi Gresik.
- 4) *Merchandise* yang dirancang memuat konten berupa promo menarik serta konten lain yang terdapat pada kartu permainan.
- 5) Media Promosi berupa *Merchandise* Kartu Permainan berisi konten mengenai Café Ragil Kuning Kopi Gresik.

1.6 Kerangka Pemikiran

Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2021