

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Amana Karya Teknologi (Aamira.id) adalah platform Crowdfunding Sekuritas yang memberikan peluang investasi kepada investor dan solusi keuangan kepada pemilik usaha melalui ekuitas dan obligasi (Sukuk) berdasarkan prinsip Syariah. Yudi Tria Wahyu Pamungkas (Direktur Aamira) mempunyai lebih dari 10 tahun pengalaman kerja di bidang pengembangan koperasi dan UMKM, memiliki pengalaman dalam Konsultasi untuk Pemerintah Agensi di Jawa Timur, ukuran perusahaan yang sedang dan besar di berbagai wilayah Indonesia. Di bidang Sosial, Bapak Yudi menangani CSR (Program Kemitraan) PT. Kimia Farma Persero. Anak muda Kewirausahaan dan Pesantrenpreneur di Kementerian Pemuda dan Olahraga. Sementara di bidang investasi, bapak Yudi mengembangkan investasi swasta (Bisnis Proposal & penilaian) dari Hemodialisis, lainnya alat kesehatan & Produk habis pakai (PT Barakah Medika).

Menurut Direktur Aamira Yudi Tria Wahyu Pamungkas, crowdfunding sebenarnya tidak murni seratus persen berasal dari pengembangan penggalangan dana, tetapi merupakan evolusi dari pendanaan model microfinance. Karena itu, seiring perkembangan teknologi, muncul platform crowdfunding yang berbasis microfinancial bernama Kiva. Kemudian, diikuti dengan munculnya platform crowdfunding lainnya

Menurut Irfan Syauqi Beik dan Laily D. Arsyianti (2016), *crowdfunding* adalah suatu model pengumpulan dana yang di dalamnya terdapat penggerak, yaitu pemilik proyek, lembaga *crowdfunding* dan donatur. Melalui definisi di atas bisa disimpulkan bahwa *crowdfunding* adalah kegiatan pengumpulan dana melalui media internet atau *online* untuk keperluan membiayai usaha. Para donatur biasanya mempunyai tujuan dan visi yang sama dengan para individu atau organisasi yang memerlukan dukungan, contohnya adalah menolong korban bencana, dukungan fans kepada artisnya, dan untuk membantu melakukan pelayanan sosial kepada sesama.

Crowdfunding mulai ada di dunia ini sudah lama sekali. Hal ini terjadi karena kecenderungan manusia yang memang tidak sampai hati melihat orang lain kesulitan, sehingga yang merasa mampu pun akan membantu. Penggalangan dana terekam pada

tahun 1.700. Jonathan Swift adalah seorang pengarang berkebangsaan Irlandia yang juga tertarik kepada dunia politik dan agama. Pada mulanya, karangan-karangannya menyokong pandangan politik bebas pada zamannya, tetapi kemudian dia menjadi penganut aliran konservatif. Jonathan Swift memberikan sejumlah dana pada warga miskin yang berlokasi di Irlandia bagian pedesaan untuk dijadikan sebagai modal usaha. Jonathan tidak mengambil keuntungan dari sana, itu murni pemberian.

Calon target yang akan dituju adalah para investor dan entrepreneur menengah ke atas yang ingin memulai bisnisnya dan membuka peluang kerja untuk masyarakat Indonesia yang masih belum mempunyai pekerjaan yang layak.

Saat ini PT Amana Karya Teknologi adalah perusahaan yang baru dibangun untuk menyaingi pasar Crowdfunding, karena itu perusahaan Aamira membutuhkan periklanan yang menarik agar bisa memperkenalkan perusahaannya ke Masyarakat sekitar, tetapi karena Aamira masih baru di negara Indonesia ini dan banyak Investor di Indonesia yang masih belum mengetahui nama Aamira, alangkah baiknya Aamira mempromosikan namanya dengan menggunakan media-media yang sudah ada di zaman sekarang.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti menurunkan judul penelitian Perancangan Media Promosi Aamira Untuk Meningkatkan Brand Awareness, *Advertising* adalah sebuah upaya untuk menarik perhatian pelanggan atau klien. Hal itu dilakukan melalui pesan yang persuasif dalam media yang digunakan, maupun kata-kata mengenai produk atau layanan yang ditawarkan. Pada umumnya, iklan yang dibuat bersifat kreatif agar dapat disukai oleh pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah :

1. Bagaimana rancangan media promosi yang tepat untuk meningkatkan *brand awarness* Aamira?
2. Bagaimana rancangan konten/strategi kreatif sesuai dengan media promosi yang sudah ditentukan?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah untuk :

1. Mendapatkan wujud media promosi yang paling tepat untuk Aamira
2. Merancang konten media promosi terpilih secara efektif

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah :

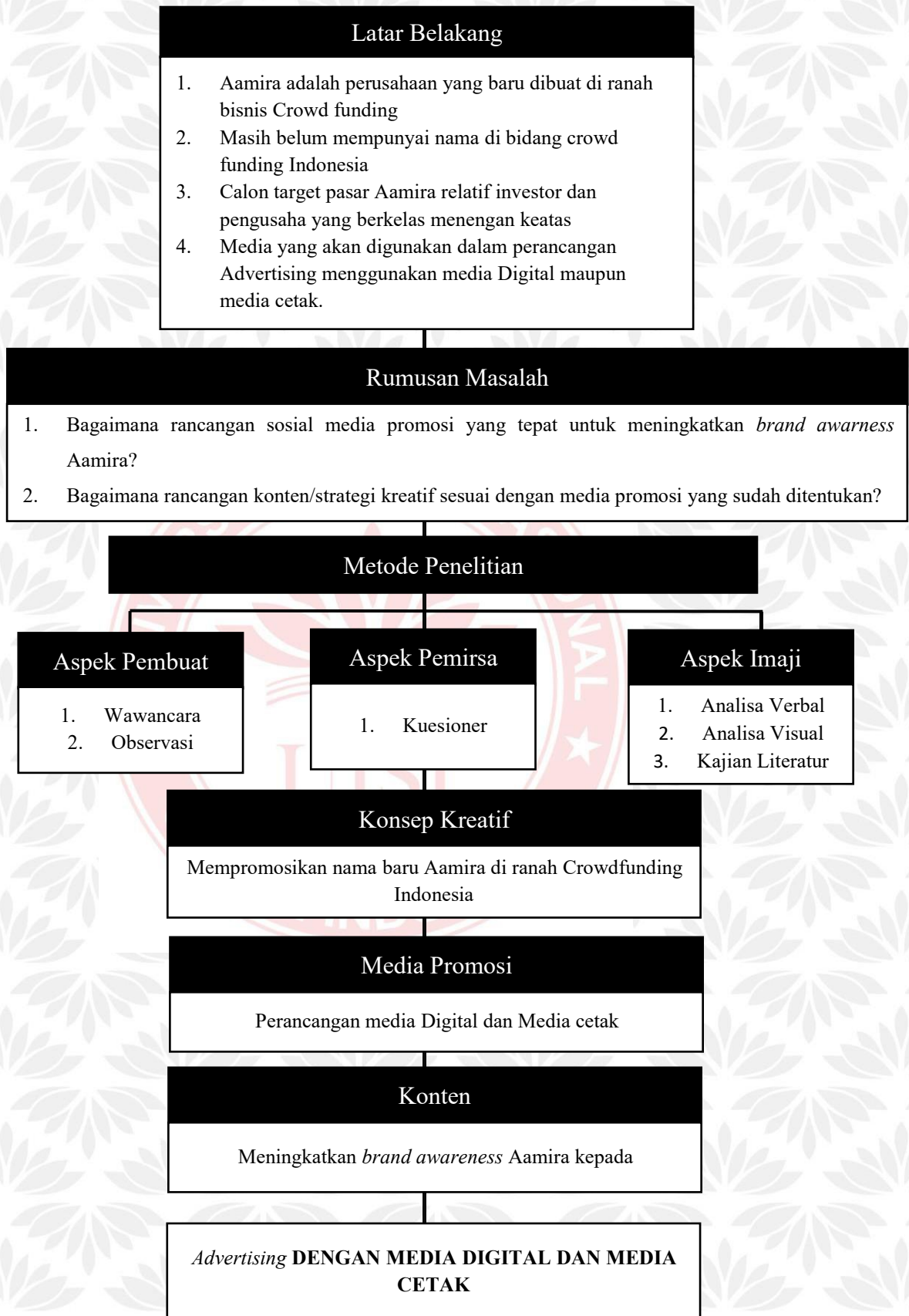
1. Logo, Tagline, Grafis akan digunakan yang saat ini dipublikasikan pada Aamira
2. Perusahaan ada di kota Jakarta
3. Perusahaan relatif masih baru dibuat
4. Target populasi yang ditargetkan sebagai tugas akhir berada di Jawa Timur
5. Penelitian ini akan dilakukan 2 tahap :
 - Tahap 1 : Mencari wujud Sosial media promosi
 - Tahap 2 : Mencari konten dari media promosi yang sudah ditetapkan
6. Visualisasi akhir berupa dummy

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapat dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah :

1. Terbentuknya *image* baru dari *brand* Aamira yang bisa memperkenalkan ke target audience bahwa Aamira adalah crowdfunding berbasis syariah yang mampu bisa memberikan ikatan persaudaraan dengan para Investor dan Bisnis Owner.
2. Bisa membranding Aamira sebagai platform Crowd Funding berbasis Syariah di Indonesia.

1.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran