

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern saat ini banyak orang yang mencoba untuk membuka usaha bisnis sendiri. karena sedikitnya lapangan pekerjaan sehingga membuat semua orang mencoba merintis bisnis sendiri dan mencari kebebasan untuk menerapkan semua ide unik, kreatif, dan inovatif di usaha bisnis. Akan tetapi membuka suatu usaha sangatlah tidak mudah. Banyak sekali tantangan dan resiko yang harus di hadapi oleh setiap pengusaha. Jadi sebagai seorang pengusaha harus siap menerima konsekuensi yang terjadi. Saat ini usaha yang banyak di minati semua orang adalah usaha kuliner seperti contohnya dalam usaha mikro kecil dan menengah (umkm) burger dan roti bakar kane.

Umkm Burger dan roti kane adalah sebuah umkm yang berjalan di bidang makanan yaitu burger dan roti bakar yang mulai buka di awal tahun 2017 . Usaha burger dan roti bakar kane dimiliki oleh perorang yaitu Dwi Adi Nugroho nama dari pemilik umkm burger dan roti bakar kane. Sekarang usaha ini sudah memiliki 17 karyawan 13 outlet di area malang. Keunggulan dari produk umkm burger dan roti bakar kane yaitu porsi produk yang dijual cukup besar. Untuk kualitas produknya sendiri banyak mendapatkan respon positif dari para konsumen setelah melakukan sebuah observasi tentang produk umkm ini. Alasan didirikannya usaha burger dan roti bakar kane itu sendiri adalah untuk memajukan umkm dan membuka lapangan pekerjaan orang lain. Lokasi untuk penjualannya outlet ini berada di depan teras minimarket .

sehingga tempat ini tergolong sangat strategis karena sering dilalui orang yang keluar masuk minimarket.

Untuk Promosinya umkm Burger Kane dan roti kane bakar ini masih menggunakan promosi tatap muka di mana promosi ini hanya berupa penjual dan calon pembeli untuk mencapai kesepakatan. Akan tetapi akhir – akhir ini penjualan umkm burger kane dan roti bakar kane menurun sehingga menyebabkan kurangnya pencapaian target penjualan . Maka dari itu umkm burger dan roti bakar kane perlu adanya media promosi tambahan seperti fotografi yang nantinya di implementasikan sebagai x banner, merchandise, dan poster digital yang di implementasikan ke dalam sosial media seperti Instagram sebagai media utamanya. Tujuan perancangan media promosi ini adalah untuk membantu meningkatkan target nilai penjualan umkm burger dan roti bakar kane.

Fotografi adalah media promosi yang berupa foto sehingga memberikan visual tambahan dan memberi kesan lebih menarik. Fotografi memiliki peran yang sangat penting di dalam sebuah media promosi yaitu memberikan sebuah informasi yang sangat efektif sehingga memberikan rasa keyakinan kepada konsumen tentang produk yang dijual dan memberikan sebuah gambaran tentang produk umkm burger dan roti bakar.

UMKM Burger dan Roti Bakar Kane merupakan sebuah usaha kuliner yang menyajikan berbagai jenis burger dan roti bakar dengan berbagai variasi rasa dan topping yang menarik. Usaha ini dimiliki oleh seorang pengusaha lokal yang ingin mengembangkan usahanya dengan menargetkan pasar lokal dan wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut.

Dalam era digital seperti saat ini, media promosi menjadi hal yang sangat penting bagi perkembangan sebuah usaha. Salah satu jenis media promosi yang efektif adalah melalui fotografi. Foto-foto yang menarik dan menggugah selera dapat membantu menarik minat pelanggan potensial, sehingga mampu meningkatkan penjualan dan keuntungan UMKM ini.

Memanfaatkan metafora visual dalam fotografi dapat menjadi strategi yang tepat untuk mempromosikan UMKM Burger dan Roti Bakar Kane. Metafora visual adalah penggunaan gambar atau objek untuk mewakili ide atau konsep yang lebih abstrak atau kompleks. Dalam hal ini, foto-foto yang dihasilkan harus dapat mewakili cita rasa dan pengalaman yang ditawarkan oleh Burger dan Roti Bakar Kane kepada para pelanggan.

Contoh metafora visual yang dapat digunakan adalah menggunakan foto-foto burger dengan tumpukan topping yang melambangkan kekayaan rasa dan variasi yang ditawarkan oleh UMKM ini. Selain itu, penggunaan foto-foto yang menunjukkan kesegaran bahan baku yang digunakan dalam pembuatan burger dan roti bakar juga dapat menjadi metafora visual yang efektif. Misalnya, foto-foto jeruk nipis yang dicurahkan di atas roti bakar dapat mewakili kesegaran dan rasa yang menyegarkan bagi para pelanggan.

Selain itu, penggunaan metafora visual dalam fotografi juga dapat menciptakan keterhubungan emosional antara pelanggan potensial dengan produk yang ditawarkan. Misalnya, penggunaan foto-foto yang menunjukkan suasana santai dan hangat saat menikmati burger dan roti bakar di tempat ini dapat mewakili rasa nyaman dan kehangatan yang ditawarkan oleh UMKM ini.

Dengan memanfaatkan metafora visual dalam fotografi sebagai media promosi, diharapkan UMKM Burger dan Roti Bakar Kane dapat menarik perhatian dan minat para pelanggan potensial. Hal ini akan berdampak positif terhadap peningkatan penjualan dan keuntungan bagi usaha ini.

Media promosi ini sangat membantu sekali dalam bisnis umkm burger dan roti bakar kane. Akan tetapi di dalam membuat sebuah media promosi tentunya ada beberapa aspek yang harus di perhatikan yaitu harus mengerti target pasar yang akan di tuju dan membuat konten yang sangat informatif sehingga pesannya dapat di sampaikan dengan baik bagi calon konsumen . untuk itu dibuatlah penelitian tentang “PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PADA UMKM BURGER DAN ROTI BAKAR KANE”

1.2 Rumusan Masalah

Dari pembahasan latar belakang yang telah di buat bahwa rumusan permasalahannya adalah Bagaimana cara merancang Metafora Visual Berbasis Fotografi Sebagai Media Promosi Umkm Burger Dan Roti Akar Kane”?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang di pertanyakan bahwa tujuan penelitian ini yaitu Untuk merancang metafora visual berbasis Berbasis Fotografi Sebagai Media Promosi Umkm Burger Dan Roti Akar Kane

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut beberapa manfaat dalam melakukan penelitian ini,yaitu:

1. Bagi Umkm

Penulis dapat mengimplementasikan ilmunya untuk membantu membuat promosi umkm burger kane dan roti yang telah di dapat selama kuliah di

perguruan tinggi STIKI (Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia) jurusan Desain Komunikasi Visual.

2. Bagi Penulis

Perancangan ini berguna sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 dan membantu penulis untuk mengasah dan meningkatkan kemampuan serta mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dari dunia perkuliahan.

3. Bagi Insitusi

Penulis juga berharap penelitian ini bisa memberikan sebuah manfaat secara khusus dengan media promosi tersebut, Kane dapat mendapatkan pelanggan lebih banyak dan meningkatkan penjualan dengan efektifitas yang tinggi.

1.5 Batasan Masalah

Batasan Perancangan

1. Media ini khusus untuk promosi burger dan roti bakar kane di platform istagram
2. Menggunakan teknik dengan pendekatan metafora visual
3. Membuat feed Instagram sebagai media utama yang nanti berisi 12 desain sebagai media promosi.
4. Target audience ditujukan kepada masyarakat dengan usia 12 – 40 tahun dari yang suka dengan fast food.

Batasan Teknis

1. Menggunakan Software corel draw dan photoshop
2. Menggukan jenis kamera sony a6000 dan lensa fix 35 mm
3. Menggunakan objek real sebagai fotografi
4. Media pendukung berupa x banner,merchandise,kartu nama,poster cetak.

1.6 Metode

1.6.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Di tahap ini penulis melakukan penelitian pada tanggal 14 februari sampai 12 april 2022. Tujuan observasi ini berguna untuk mendapatkan data dari umkm burger dan roti bakar kane dalam membuat perancangan media promosi. Lokasi penelitiannya terletak di daerah Desa kepuharjo, Kecamatan Karangploso,Kabupaten Malang.

1.6.2 Bahan Dan Alat Penelitian

Di dalam penelitian ini penulis menggunakan bahan dan alat, sebagai berikut :

1) Hardware

Merk Laptop : HP – MFC5Q30

Sistem Operasi : Windows 11 Home Single Language 64 – bit

Prosesor : AMD Reyzen 3 3200U With Radeon Vega

Mobile Gfx

(4 CPUs), - 2.6 GHz

Memori : 8192MB RAM

DirectX Version : DirectX 12

2) Software

Design Editor : Photoshop dan Illustrator
Photo Editor : Photoshop dan Lightroom
Browser : Google Chrome

3) Kamera

Penelitian ini menggunakan kamera Sony A6000 sebagai alat untuk pengambilan foto.

1.6.3 Pengumpulan Data Dan Informasi

a. Sumber data

Sumber data berkaitan dengan dari mana data tersebut diperoleh. Adapun data yang digunakan penulis dalam perancangan ini merupakan data sekunder yang berasal dari buku, undang-undang, penelitian ilmiah, artikel, berita, kamus, internet dan hal-hal lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Teknik pengumpulan data

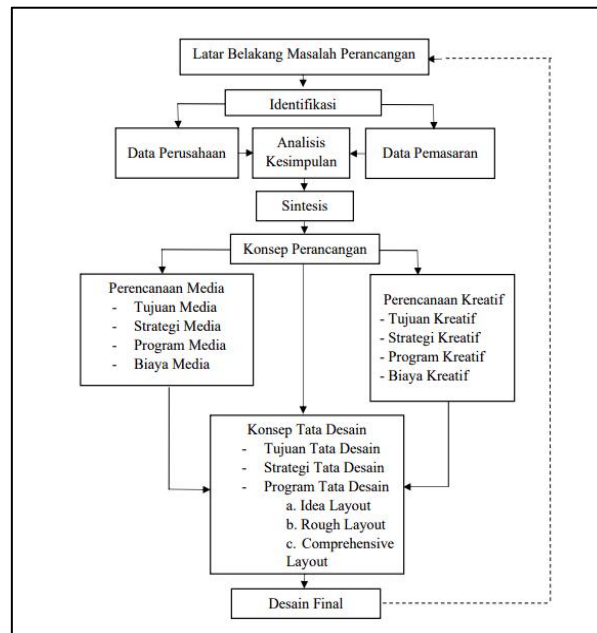
Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan menggunakan metode dokumentasi langsung kepada para pembeli untuk mengetahui bagaimana tingkat ketertarikan pelanggan terhadap Umkm burger dan roti bakar kane

1.6.4 Analisa Data

Analisis data Perancangan ini menggunakan metode analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelebihan, peluang dan ancaman. Hal ini bertujuan untuk mengambil kesimpulan di dalam perancangan media promosi ini.

1.6.5 Prosedur Penelitian

Perancangan ini menggunakan metode Sadjiman Ebdi Sanyoto sebagai metode acuan perancangan



Gambar 2.1 Bagan Prosedur Metode Perancangan

(Sumber: Drs. Sadjiman Ebdi Sanyoto, Metode Perancangan

Komunikasi Visual Periklanan, 2006: hal 28)

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran tentang karya ilmiah. Maka perlu adanya ringkasan dan uraian yang menjelaskan tentang masing – masing bab, di antaranya :

BAB. 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang profil umkm burger kane dan roti bakar. Dengan permasalahan yang sedang di dihadapi umkm ini. Tidak hanya itu di pada bab ini juga menjelaskan tentang solusi untuk memecahkan sebuah permasalahan yang di hadapi oleh burger kane dan roti bakar. Penjelasan tentang media promosi juga di uraikan dalam bab ini.

BAB. 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu dan teori – teori yang berhubungan dengan penelitian tersebut.

BAB.3 METODE PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang sistematika perancangan, latar belakang, proses Perancangan, dan desain final.

BAB.4 IMPLEMENTASI DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini di jelaskan tentang identifikasi data, hasil perancangan yang telah di buat, Dan hasil di implementasi ke dalam media promosi berupa x banner, poster digital dan merchandise.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini di jelaskan tentang kesimpulan dan saran yang telah di buat pada penelitan ini.