

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pentingnya media promosi untuk sebuah perusahaan sangat dibutuhkan untuk strategi pemasaran bagi perusahaan, dimana sebuah produk untuk dikenalkan kepada para calon konsumen yang ditargetkan dan dituju.

Bisnis restoran atau cafe merupakan salah satu bisnis yang paling cepat perkembangannya. Banyak pilihan bagi masyarakat dalam memilih untuk mencari tempat bersantai dan mencari hiburan diluar rumah. Salah satu cara untuk membuat konsumen merasa nyaman dan bisa merasakan apa yang dicari adalah proses memperkenalkan dan menunjukkan eksistensi produknya pada calon konsumen.

Sebuah perusahaan harus memiliki identitas sebagai pembeda dengan perusahaan lainnya. Identitas yang ditonjolkan berupa visual dan grafis. Kedua aspek tersebut harus memiliki karakter yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan sehingga dapat menjadi visual yang baik dan benar.

Morning Glory Coffee dibangun dengan latar belakang ide dan obsesi dari sebuah café yang berada di luar negeri dan memiliki nama yang sama juga, ingin menunjukkan keberadaannya di Indonesia untuk kedua kalinya setelah berada di Medan dan sekarang ini berada di Bandung. Bisnis café resto ini sudah berjalan selama 2 tahun sejak 21 juli 2011 hingga saat ini, disini Morning Glory Coffee sudah pernah mendapatkan penghargaan atas kriteria mutu, aplikasi proses dan pengembangan pengelolaan hasil panen dari Kelompok Rantaya Prosesing Station.

Promosi merupakan cara untuk memberikan informasi atau menawarkan produk atau jasa. Promosi memiliki empat elemen yaitu iklan ( advertising ), promosi penjualan ( sales promotion ), publikasi / humas dan personal selling ( Morissan, 2010:17 ). Peran marketing dalam hal promosi ini sangatlah penting, karena promosi dapat dilakukan melalui dua jalur yakni Above The Line ( ATL ) dan Below The Line ( BTL ).

Above The Line ( ATL ) bisa berupa iklan televisi, radio, majalah bilboard, video profile menurut Philip Kotler (dalam Minarti, 2007: ). Sedangkan Below The Line ( BTL ) berupa event atau sponsorship.

Disini Morning Glory Coffe memiliki tema vintage seperti halnya pendahulunya yang berada di luar negeri itu. Dengan adanya media promosi yang menarik calon konsumen dapat mengetahui sekilas tentang perusahaan dan tertarik untuk menjadi konsumen.

## 1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam pembuatan media promosi Morning Glory Coffe adalah :

Bagaimana membuat media promosi yang sesuai dengan Morning Glory Coffe sebagai klien dari PT.ALLIB INDONESIA?

## 1.3. Batasan Masalah

1. Media promosi sebagai pencitraan Café dan sesuai dengan tema Cafe.
2. Menampilkan karakteristik dari Morning Glory Coffe.
3. Pengaplikasian media promosi berupa poster, flyer dan neonbox.

#### **1.4. Tujuan**

Tujuan dalam pembuatan media promosi ini adalah :

Untuk membuat media promosi yang menggambarkan Morning Glory Coffee dan dibuat dengan visual sesuai dengan karakteristik visual perusahaan setelah menerima briefing dan perintah yang disesuaikan oleh PT.ALLIB INDONESIA.

#### **1.5. Manfaat**

Manfaat dalam pembuatan media promosi ini adalah :

##### **1. Manfaat Teoritis :**

- Manfaat dari kerja praktik ini dijadikan sebagai referensi kepada masyarakat atau mahasiswa khususnya yang bergerak di bidang desain seperti Desain Komunikasi Visual, Desain Grafis.

##### **2. Manfaat Praktis :**

- Manfaat dari pembuatan media promosi diharapkan bisa diaplikasikan dalam perusahaan khususnya dalam bidang identitas perusahaan.
- Dapat membantu dalam pengenalan terhadap identitas perusahaan PT.ALLIB INDONESIA.

### 1.7. Pelaksanaan ( detail perusahaan, periode )

Nama Perusahaan : PT.ALLIB INDONESIA

Alamat Perusahaan : Jl. Klampis Megah C-28

Suarabaya

Jawa Timur – Indonesia

Telp : ( 031 ) 770300, 8896672

Periode : 02 Juli 2013 – 02 Agustus 2013

### 1.8. Sistematika Penulisan

Dalam pembuatan laporan ini penulis menggunakan sistematika penulisan laporan kerja praktek yang telah ditetapkan oleh Stikom. Dan garis besarnya adalah sebagai berikut:

#### BAB I

##### Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan, inti dari permasalahan disebutkan pada perumusan masalah, batasan masalah yang menjelaskan tentang pembatasan masalah dari sistem yang dibuat agar tidak keluar dari ketentuan yang ditetapkan, tujuan dari penelitian ini diharapkan mendapatkan pengalaman dan hasil yang dicapai, manfaat yang diperoleh, informasi waktu pelaksanaan kerja praktek dan sistemika penulisan.

#### BAB II

##### Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi konsep dasar atau teori-teori yang terkait dengan judul yang diambil penulis, dengan mengambil data - data dari buku – buku referensi yang berguna untuk memecahkan masalah di yang terjadi di dalam Lookatme.

### **BAB III Metode Perancangan**

Pada bab ini memuat tentang metode apa saja yang dipakai atau digunakan didalam sebuah perancangan karya yang dapat berupa bagan perancangan maupun deskripsi.

### **BAB IV Gambaran Umum Perusahaan**

Pada bab ini membahas mengenai profil perusahaan secara umum mulai dari sejarah perusahaan, jenis bidang usaha, tempat atau lokasi perusahaan, hingga bidang-bidang lainnya yang berhubungan dengan kerja praktik.

### **BAB V Implementasi Karya**

Bab ini merupakan hasil dari perancangan corporate identity yang dibuat. Mulai dari konsep awal corporate identity dan media apa saja yang dijadikan sebagai Company Profile berdasarkan dari permasalahan yang dihadapi olehLookatme.

STIKOM SURABAYA