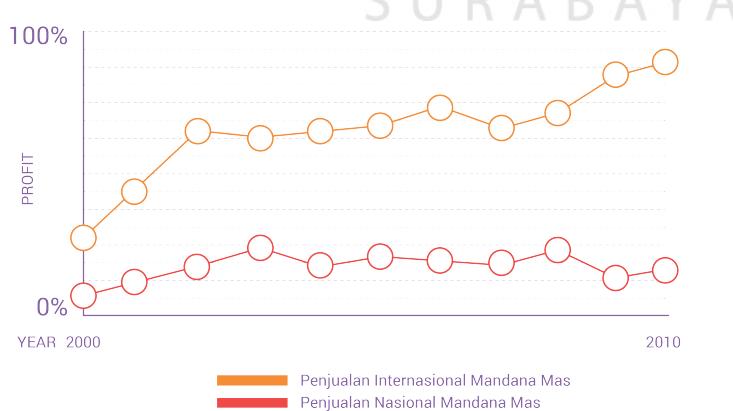


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Aksesoris merupakan suatu pernak-pernik atau hiasan yang biasanya sering dipakai oleh seorang perempuan dengan tujuan untuk mempercantik dirinya atau agar terlihat lebih menarik. Oleh karena itu banyak sekali perempuan yang tertarik dan berminat untuk mengoleksi aksesoris-aksesoris yang lucu, unik dan model yang bagus. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang aksesoris adalah Mandana Mas yang mengalami perkembangan cukup pesat di pasar mancanegara sejak tahun 1999 hingga kini, hanya saja Mandana Mas kurang dikenal dipasar domestik sebagai produsen aksesoris dan kurang merperhatikan media promosi sebagai fokus utama dalam mengembangkan perusahaannya agar lebih dikenal dan dapat berpengaruh pada penjualan di pasar domestik.



Gambar 1.1 Diagram Penjualan Mandana Mas

(Sumber : Mandana Mas, 2016)

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian tugas akhir ini untuk merancang media promosi Mandana Mas dengan menggunakan video profil sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.

Mandana Mas merupakan perusahaan yang memproduksi aksesoris antik berbahan dasar manik-manik yang berlokasi di dusun Sasak Bomo Mangir kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Berdiri sejak tahun 1999 dan memiliki badan hukum dengan nama CV. Himantaka Raya yang berdomisili di Kabupaten Banyuwangi. Hingga kini Mandana Mas berfokus pada pembuatan aksesoris berbahan dasar manik-manik seperti gelang, kalung, cincin, ikat pinggang, dompet, dan lain – lain.



Gambar 1.2 Foto Perusahaan Mandana Mas

(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Menurut Tarmuji selaku pemilik perusahaan, Mandana Mas memang kurang memperhatikan pentingnya sebuah media promosi dalam sebuah perusahaan, media promosi yang dilakukan hanya sebatas melalui website yang

menampilkan produk dari perusahaannya. Dalam strategi pemasaran, informasi adalah satu hal yang sangat penting. Informasi dalam hal ini memberitahukan tentang produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan menempatkannya dibenak konsumen. Maka dari itu, guna meningkatkan *brand awareness* perlu adanya kegiatan yang efektif untuk menyampaikan informasi tersebut atau yang biasa disebut dengan kegiatan promosi.

Menurut Charles W. Lamb (2001: 146) promosi adalah suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pemasar, yang memiliki tujuan menginformasikan dan mengingatkan calon pembeli mengenai sebuah produk untuk memperoleh suatu respon dan media sebagai wadahnya yang menampung informasi untuk disampaikan kepada masyarakat.

Aaker (dalam Durianto, 2001: 4) mengatakan bahwa *brand awareness* sebagai gambaran keberadaan merek dalam pikiran konsumen yang dapat menjadi penentu dalam beberapa kategori, dan biasanya mempunyai peranan kunci dalam ekuitas merek (*Brand Equity*). Peranan ini dapat dipahami dalam bentuk “bagaimana *brand awareness* menciptakan suatu nilai bagi suatu merek”. Nilai – nilai tersebut diantaranya adalah pertimbangan terhadap merek. Dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen akan menyeleksi merek-merek yang dikenal dalam suatu kelompok untuk dipertimbangkan. Merek dengan *top of mind* yang tinggi mempunyai nilai pertimbangan yang tinggi. Jika suatu merek tidak tersimpan dalam ingatan, merek tersebut akan dipertimbangkan dalam benak konsumen. Dengan kata lain *brand awareness* memiliki pengaruh besar terhadap tingkat penjualan suatu produk.

Untuk membantu kegiatan promosi Mandana Mas, maka perlu beberapa media promosi untuk menampung semua informasi yang akan disampaikan kepada target agar lebih *aware* kepada produk dari perusahaan tersebut. Media promosi sendiri merupakan suatu proses komunikasi dari penyampaian amanat atau berita tentang produk atau barang dari penjual kepada pembeli (Andreas, 2012: 2). Seperti pembuatan video profil sebagai media promosi Mandana Mas, media ini diharapkan mampu menjelaskan kepada masyarakat umum tentang gambaran perusahaan dan produk – produk yang dimiliki serta keunggulan – keunggulan dari Mandana Mas itu sendiri.

Menurut Wawan Kuswandi (2011: 47), *Video profile* adalah sebuah gambaran informasi tentang riwayat seseorang atau sebuah instansi perusahaan yang telah mencapai suatu pencapaian kesuksesan dalam hal produksi atau hasil karya yang telah dihasilkan dan diterima di kalangan masyarakat umum. Informasi tersebut disebarluaskan berbentuk audio visual atau video.

Menurut Fred Wibowo (2011: 34), *Video profile* perusahaan (*corporate profile*) merupakan video yang diproduksi untuk keperluan tertentu, misalnya memperkenalkan suatu perusahaan tertentu untuk disebarluaskan ke publik, selain itu sering dipakai sebagai sarana pendukung dalam suatu presentasi perusahaan atau kelompok tertentu.

Dilihat dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan video profil adalah sebuah tampilan audio visual yang digunakan untuk memperkenalkan dan menginformasikan tentang segala sesuatu penjelasan dan keunggulan yang telah dimiliki sebuah instansi, perusahaan, atau perorangan untuk disebarluaskan kepada

masyarakat dalam bentuk video melalui media televisi, Youtube maupun sosial media lainnya. Selain video profil sebagai media promosi utama dari Mandana mas, media promosi pendukung lainnya dapat berupa website dan katalog produk.

Dengan media promosi inilah yang akan membantu menginformasikan secara efektif dan efisien kepada target dari perusahaan Mandana Mas, guna meningkatkan *brand awareness* dari tingkat *brand recognition* (pengenalan merek) ke tingkat *brand recall* (pengingatan kembali terhadap merek) akan produk perusahaan itu sendiri. Dengan kesatuan media promosi yang dibuat, diharapkan hal tersebut dapat membuat produk Mandana Mas dapat menjadi pusat aksesoris yang dikenal pasar mancanegara maupun domestik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka dapat dirumuskan bahwa permasalahan dalam tugas akhir ini adalah bagaimana merancang media promosi video profil Mandana Mas dengan teknik *live shoot* sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang akan digunakan yaitu :

- a. Media utama menggunakan video profil yang akan diaplikasikan di Videotron dan media sosial Youtube.

- b. Media promosi yang dihasilkan berupa video profil berdurasi lima menit pada videotron dan Youtube sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.
- c. Media promosi pendukung berupa website dan katalog produk.

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari perancangan ini adalah :

- a. Untuk merancang media promosi Mandana Mas dengan menggunakan video profil sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.
- b. Untuk merancang media promosi pendukung berupa website dan katalog produk.

1.5 Manfaat Perancangan

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian menjadi referensi bagi kalangan akademis, khususnya program studi Desain Komunikasi Visual dalam bidang perancangan promosi yang berkaitan dengan terciptanya *brand awareness*.

b. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian dapat diaplikasikan kepada Mandana Mas dan perusahaan lain yang hendak merancang media promosi dan lain sebagainya.