

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman, perusahaan-perusahaan yang mengusung produk makanan semakin bertambah banyak sehingga menimbulkan persaingan ketat antar perusahaan agar produk mereka tetap dapat diminati oleh calon konsumen, salah satu perusahaan produk makanan yang cukup terkenal di kalangan anak muda Surabaya adalah Sego Njamoer. Sego Njamoer merupakan perusahaan waralaba di bidang produk makanan yang menyuguhkan aneka olahan nasi jamur. Dimulai dengan pemilihan bahan baku berkualitas, sistem pengolahan yang modern, hingga proses pendistribusian yang efektif, semua hal tersebut dilakukan dengan sangat baik oleh perusahaan Sego Njamoer.

Dalam proses pemasaran, perusahaan Sego Njamoer menyebarkan informasi produk melalui media sosial, situs *web*, dan iklan cetak (*banner*, brosur, poster), selain itu banyaknya outlet Sego Njamoer di kampus-kampus Surabaya membuat perusahaan ini semakin terkenal. Namun tidak semua kalangan dalam masyarakat mengenal produk Sego Njamoer, hal ini disebabkan oleh kurangnya pembaharuan (*update*) tentang informasi produk pada beberapa media sosial dan situs *web* yang dimiliki. Maka dari itu diperlukan strategi pemasaran baru agar produk Sego Njamoer semakin dikenal secara luas.

Banyak sekali strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan makanan untuk menarik perhatian konsumen, salah satu cara yang paling banyak digunakan adalah dengan mengiklankan atau *advertising*. *Advertising* merupakan metode yang ampuh dalam menginformasikan produk suatu perusahaan kepada calon konsumen, melalui iklan yang dikemas dengan sangat menarik, konsumen dapat memiliki ketertarikan untuk mengonsumsi produk makanan yang diiklankan tersebut. Salah satu contoh jenis periklanan yang paling banyak diminati saat ini adalah *digital advertising* (iklan digital), iklan digital merupakan metode periklanan yang memanfaatkan teknologi digital agar proses penyebaran informasi berjalan dengan cepat.

Namun, banyaknya iklan digital dalam aktivitas masyarakat sehari-hari justru membuat masyarakat merasa jengkel sehingga tidak memiliki keinginan untuk melihat maupun membeli produk yang diiklankan tersebut. Contohnya seperti iklan digital dalam internet, saat seseorang mengeksplorasi internet menuju suatu situs, tiba-tiba muncul *pop-up window* yang menampilkan banyak sekali iklan, hal tersebut membuat pengguna internet tersebut harus menutup satu persatu iklan yang ditampilkan. Apabila hal ini terus berlanjut hingga membuat setiap aktivitas dalam internet menjadi sangat merepotkan, maka tidak akan ada lagi calon konsumen yang tertarik untuk membeli produk yang diiklankan, karena mereka menganggap sebuah iklan *pop-up window* sangat menjengkelkan dan mengganggu.

Agar produk makanan dari perusahaan Sego Njamoer dapat diiklankan dengan sangat menarik dan tidak mengganggu aktifitas calon konsumen, maka digagaskan sebuah metode periklanan yang disebut *advergame*. *Advergame* merupakan metode *digital advertising* yang memanfaatkan sebuah aplikasi multimedia interaktif dengan mengangkat sebuah *branding* perusahaan. Melalui *advergame*, seluruh informasi

mengenai produk dapat disampaikan secara implisit dan menarik sehingga tidak merepotkan calon konsumen dan malah meningkatkan ketertarikan calon konsumen terhadap produk.

Advergame perusahaan Sego Njamoer dirancang dengan mempertimbangkan informasi produk yang hendak disampaikan serta desain yang disesuaikan dengan target pasar Sego Njamoer. *Advergame* Sego Njamoer merupakan media promosi digital berbentuk *game* Android yang dapat diunduh dan dimainkan oleh pengguna *smartphone* Android, *game* ini berjudul Sego Njamoer sama seperti nama perusahaannya, setiap produk dalam perusahaan akan dikarakterkan dengan sangat menarik dan atraktif sehingga dapat meningkatkan ketertarikan calon konsumen terhadap produk Sego Njamoer.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada Laporan Kerja Praktik ini adalah, bagaimana proses perancangan *Asset Game* Sego Njamoer bergenre *Tower Defense* yang dapat mengiklankan produk secara menarik dan atraktif?

1.3 Batasan Masalah

Laporan Kerja Praktik ini ditulis dalam ruang lingkup perancangan *asset game* berbasis Android dengan *genre Tower Defense*. *Aset Game* dirancang sesuai dengan *branding* yang dimiliki oleh perusahaan Sego Njamoer.

1.4 Tujuan

Tujuan dari Kerja Praktik ini adalah:

1. Menghasilkan *Aset Game* untuk *game* Sego Njamoer

2. Menghasilkan Aset *Game* Sego Njamoer agar dapat dimanfaatkan oleh CV. Sego Njamoer untuk media promosi produk dan media informatif mengenai produk agar produk Sego Njamoer dapat dikenal secara luas oleh masyarakat.

1.5 Manfaat

Manfaat dari Kerja Praktik di CV. Sego Njamoer ini adalah:

1. Manfaat bagi pribadi
 - a. Mengenal dunia kerja terutama dalam perusahaan produk makanan.
 - b. Memahami konsep periklanan digital dalam perusahaan.
 - c. Meningkatkan pengalaman dalam dunia periklanan digital.
 - d. Meningkatkan kemampuan merancang *game* berbasis Android.
 - e. Meningkatkan kemampuan bekerja sama dalam tim.
 - f. Menambah wawasan dalam berinteraksi dengan rekan kerja.
 - g. Menambah kecakapan bekerja dengan sistem *deadline*.
 - h. Menambah keterampilan dalam menyusun konsep *game* sesuai dengan permintaan perusahaan.
 - i. Dapat menerapkan seluruh kompetensi praktis dan teoritis yang diajarkan selama perkuliahan dalam perusahaan.
2. Manfaat bagi perusahaan
 - a. Memberi alternatif baru bagi CV. Sego Njamoer dalam mengiklankan dan memperkenalkan produk perusahaan kepada masyarakat.
 - b. Meningkatkan ketertarikan masyarakat sebagai calon konsumen terhadap produk Sego Njamoer yang diiklankan melalui *game* Android.
 - c. Menambah presentase penjualan outlet melalui promosi yang dilakukan dalam *game* Sego Njamoer.

3. Manfaat bagi akademik

- a. Menambah hubungan mutualisme antara institusi dengan perusahaan.
- b. Menambah jaringan karir antara institusi dengan perusahaan.
- c. Memperkenalkan kualitas dan kecakapan mahasiswa institusi terhadap perusahaan.
- d. Melalui media promosi digital yang diciptakan, nama dan *branding* institusi dapat semakin dikenal dalam masyarakat.

