

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern saat ini, mendirikan bisnis coffee shop memiliki peluang yang besar khususnya di kota besar. Aktivitas kesibukan yang tinggi membuat orang membutuhkan tempat untuk merelaksasikan diri dari segala hiruk pikuk pekerjaan. Kopi adalah sebuah minuman yang dicari oleh banyak orang untuk mengisi energi kembali dikala begitu banyak pekerjaan yang menumpuk. Selain itu, kopi juga dinikmati sebagai gaya hidup kaum milenial saat ini. Variasi menu yang beraneka ragam membuat kopi memiliki sejuta kreasi dan rasa untuk dicoba. Coffee shop tidak hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga sebagai tempat mengerjakan tugas, berswafoto, bertemu rekan kerja, menonton acara musik, dan untuk tempat berdiskusi. Pada umumnya, minum kopi sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu.

Usaha coffee shop “Fye Coffee” telah melewati proses yang sangat panjang. Sebelum usaha coffee shop “ Fye Coffee” berdiri, owner dari coffee shop yaitu Gede Anandyka Satya Prabawa, awal mulanya tertarik pada dunia perkopian yaitu pada saat itu Gede Anandyka Satya Prabawa sedang melakukan kunjungan ke salah satu coffee shop yang ada di Denpasar. Kemudian Gede Anandyka Satya Prabawa memesan salah satu menu kopi dan berkesempatan melihat proses pembuatan kopi. Gede Anandyka Satya Prabawa mencoba latte art (teknik menggambar di kopi). Gede Anandyka Satya Prabawa sangat tertarik pada kegiatan tersebut, yang kemudian membuat Gede Anandyka Satya Prabawa semakin penasaran dan ingin memahami lebih dalam tentang dunia kopi. Selanjutnya Gede Anandyka Satya Prabawa mengikuti kursus barista di Canguu Denpasar dan memperdalam pengetahuan tentang kopi, dengan bekerja sebagai barista di Australia selama kurang lebih satu tahun.

Dari pengalaman Gede Anandyka Satya Prabawa selama kurang lebih satu tahun bekerja di Australia dan melihat peluang bisnis kopi di Indonesia, terutama di Bali sangat bagus. Dari alasan tersebut Gede Anandyka Satya Prabawa memiliki

cita-cita untuk membuka usaha coffee shop di daerah Singaraja. Usaha coffee shop ini didirikan pada pertengahan tahun 2020, yang didirikan oleh Gede Anandyka Satya Prabawa yang diberikan nama “Fye Coffee” yang berarti Api memiliki filosofi perjuangan dari semangat yang terus membara dan tetap ada. Dengan semangat yang terus membara bagai api, tentu kita tidak akan mudah menyerah dan terus berjuang.

Salah satu produk yang diunggulkan dalam “Fye Coffee” ini yaitu jenis minuman signature yang diberi nama Sani. Produk ini sudah pernah dilombakan pada ajang lomba barista di Kabupaten Buleleng pada tahun 2020 dan berhasil meraih juara 3. Selain itu, varian menu lain yang di tawarkan pada “Fye Coffee” terdiri dari Espresso, Flat White, Latte, Cappuccino, dan lain-lain.

Promosi yang dilakukan oleh Gede Anandyka Satya Prabawa sangat sederhana yaitu mempromosikan usahanya hanya memanfaatkan media sosial Instagram dan dari mulut ke mulut oleh para pelanggannya. Dari hal tersebut Gede Anandyka Satya Prabawa belum pernah melakukan promosi di media cetak maupun media sosial lainnya. Selain itu, logo dari coffee shop “Fye Coffee” saat ini diminta oleh Gede Anandyka Satya Prabawa, untuk melakukan perubahan kepada penulis dengan tujuan agar memperkuat branding yang dapat memikat, sehingga memudahkan konsumen atau masyarakat untuk mengingat. Oleh karena itu, dalam tugas akhir ini, penulis ingin membuat rancangan branding dan media promosi pendukung yang menarik untuk usaha coffee shop “Fye Coffee” agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 1. 1 Tempat Usaha "Fye Coffee"

(Sumber Foto Pribadi)

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat pada tugas akhir ini adalah bagaimana merancang media promosi utama dan media promosi pendukung yang menarik untuk memperkenalkan usaha coffee shop “Fye Coffee” agar dikenal oleh masyarakat luas?

1.3. Batasan Masalah

Mengingat luasnya sekup media komunikasi visual yang berkaitan dengan branding maka pada tugas akhir ini penulis/mahasiswa/perancang perlu memberikan batasan agar penanganan perancangan ini dapat terfokus dan tepat waktu.

Perancangan ini akan mengfokuskan pada pengenalan usaha coffee shop “Fye Coffee” secara lebih meluas dengan merancang media utama Logo, dan media pendukung berupa Video Promosi Usaha, Buku Menu, Kartu Nama, *X Banner*, Postingan Media Sosial, *Neon Box*, dan *Merchandise* berupa Stiker, *t-shirt*, dan *tote bag*.

1.4. Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan perancangan adalah merancang media promosi utama dan media promosi pendukung yang menarik untuk memperkenalkan usaha coffee shop “Fye Coffee” agar dikenal oleh masyarakat luas.

1.5. Manfaat Perancangan

- Manfaat bagi pengguna : Membantu UMKM dalam bidang promosi industri kreatif khususnya dalam usaha coffee shop.
- Manfaat bagi pengembangan keilmuan : Dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan referensi tentang proses perancangan media promosi industri kreatif khususnya dalam usaha coffee shop.
- Manfaat bagi perancang : Mendapat pengalaman untuk mengasah keterampilan dalam memecahkan masalah merancang media promosi untuk usaha coffee shop “Fye Coffee”

1.6. Sasaran/Target Perancangan

Perancangan media promosi ini menyasar ke konsumen dari Laki-laki hingga Perempuan. Konsumen Laki-laki lebih sering minum kopi, karena pengaruh yang membuat suntuk dalam pekerjaan dapat merileksasikan pikiran lebih segar dan beberapa manfaat lainnya, sehingga membutuhkan produk minuman kopi ini. Berdasarkan usia, target perancangan ini didominasi kelompok usia 18-23 tahun. Dari kalangan ekonomi kebawah sampai menengah, yang ada di wilayah Kota Singaraja dan sekitarnya.