

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern ini kita semakin dituntut agar selalu giat mengikuti perkembangan jaman terutama para pelaku usaha, namun masih banyak para pelaku usaha yang kurang memperhatikan pentingnya promosi sehingga membuat produk maupun jasa mereka kurang mendapatkan hasil yang maksimal. Promosi adalah salah satu strategi dalam bisnis agar suatu produk atau jasa dapat menarik minat calon konsumen, oleh karena itu penulis memilih CV. Annisa Cahaya Platinum sebagai tempat dilakukannya kegiatan kerja praktek dengan tujuan mendapatkan pengalaman terkait promosi dan juga prosesnya.

Kegiatan kerja praktek ini dilaksanakan di Alissha Coffee. Alissha Coffee adalah usaha di bidang yang berdiri pada tahun 2018. Pada awal 2020 Alissha Coffee mulai membuka cabang di kota Bandung, Alissha Coffee menawarkan produk kopi dengan biji import dari berbagai negara guna memberikan variasi rasa yang berbeda dari kopi lainnya. Selain kopi Alissha Coffee juga menawarkan beverage, dan juga pastry dengan pengemasan yang cukup unik. Pemilihan lokasi kerja praktek di Alissha Coffee dengan alasan karena Alissha Coffee merupakan usaha baru yang memiliki potensi bagus bertahan di industri kuliner terutama di tengah pandemi COVID-19 dengan melakukan promosi dan edukasi yang tepat sasaran. Karena seperti kita ketahui pandemi ini cukup merugikan para pengusaha, khususnya di bidang kuliner.

Laporan kerja praktek ini ditujukan khususnya untuk kalangan pengusaha yang berusaha untuk meningkatkan kualitas maupun meningkatkan *brand* perusahaan mereka. Seiring perkembangan teknologi dan informasi yang begitu pesat menjadikan promosi melalui media videografi berperan sangat penting dalam menyampaikan informasi cerita maupun kesan psikologi agar sampai ke tengah-tengah masyarakat terutama kalangan remaja dan generasi muda.

Salah satu sisi positif dari perkembangan informasi tadi adalah semakin mudahnya para *designer* memberikan informasi tentang detail dan keunggulan yang diberikannya sehingga bisa digunakan untuk media cetak dan film yang merupakan media belajar untuk menciptakan pemuda-pemuda kreatif, cerdas. Namun penggunaan media yang asal-asalan kini menjadi permasalahan yang kompleks karena kadang *designer* yang kurang memperhatikan tujuan dan keunggulan produk akan sulit menyampaikan pesan karyanya pada masyarakat. Menurut Ensandi J. Santoso, “Dalam videografi, konsep pewarnaan sangat sangat penting karena berhubungan langsung dengan visual, sehingga sangat mempengaruhi emosi penonton.” (h.33)

Pada pelaksanaan kerja praktek ini penulis memilih Alissha Coffee agar penulis dapat mengidentifikasi proses dan juga manajemen yang dilakukan Alissha Coffee terutama manajemen *branding* dan proses promosi. Dengan melakukan kegiatan kerja praktek ini diharapkan penulis mendapatkan pengalaman dan juga informasi terkait *branding* dan proses promosi, terutama menggunakan media videografi.

1.2. Tujuan Kerja Praktek

Adapun tujuan kerja praktek adalah melakukan kegiatan promosi dan mempelajari proses promosi yang dilakukan oleh tim CV. ANNISA CAHAYA PLATINUM, menambah wawasan untuk mempromosikan suatu brand di dunia kerja, serta mengetahui pemilihan media promosi yang tepat terhadap kesan yang ingin disampaikan kepada *audience*

1.3. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

Kegiatan magang kerja ini dilaksanakan dalam waktu kurang lebih dua bulan terhitung mulai tanggal 17 April sampai dengan 12 Juni. Kegiatan magang kerja ini dilaksanakan di CV. Annisa Cahaya Platinum. Penentuan lokasi tersebut mempertimbangkan bahwa Alissha coffee salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kuliner baru serta cukup berkembang dengan baik. di CV. Annisa Cahaya Platinum terletak di Jl. Matraman No.15 , Bandung.