

BAB 1 PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Bandung merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Barat Indonesia, yang terkenal karena rasa kulinernya yang sedap. Bandung juga dinobatkan sebagai Kota Kuliner ke 2 se Asia, sandiaga uno mengatakan, “Semoga dengan masuknya Kota Bandung di daftar kota dengan kuliner terbaik di Asia bisa meningkatkan jumlah wisatawan, baik domestik maupun mancanegara untuk datang ke Bandung dan mencicipi langsung kuliner terbaiknya," ujar Sandiaga Uno (Times Indonesia, 2021) Sebagai Kota kuliner di Kota Bandung terdapat banyak sekali jenis makanan yang dijual oleh pedagang kecil hingga restoran. Jumlah kafe di Kota Bandung sangat banyak, dengan varian makanan yang dijualnya juga banyak, baik makanan tradisional dan makanan kekinian, dari makanan berat ataupun makanan ringan seperti *Chinese Food, Japanese Food, Western Food, Fast Food* dan *Junk Food*.

Kafe-kafe di Bandung biasanya lebih banyak menawarkan makanan yang sedang populer atau kekinian. Untuk menu yang bahannya ayam kuliner khas Sunda, menyediakan makanan kuliner khas Sunda seperti ayam penyet, ayam goreng dan bakar, ayam geprek, dan lainnya. Contoh kafe yang menjual ayam yaitu Ayam Nelongso, Wong Solo dan Ayam Madu Rajawali. WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) merupakan kafe yang berada di kawasan Bandung Utara, yang menyediakan makanan tradisional khas Sunda dengan bahan utama ayam dengan khalayak sasaran menengah ke atas. Wagobar memiliki fasilitas tempat makan yang terdiri dari 5 meja /dan 15 kursi, serta interior yang kekinian, dan 1 toilet. Makanan dan minuman di WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) terdiri dari ayam penyet, ayam bakar dan goreng, sate usus dan tahu tempe, oseng paru, dan menu khas Sunda lainnya. konsepnya adalah seperti makan di rumah. Walaupun menjual makanan Sunda, WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) tampil secara modern, baik dari bangunan maupun interiornya, tidak seperti restoran dengan kalangan menengah ke bawah yang menyediakan makanan Sunda.

WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) berusaha mempromosikan kafenanya sebagai kafe masakan khas Sunda yang kekinian, melalui bentuk bangunan, tata interior, kemasan kafe keseluruhan dan media-media promosi yang dibuatnya. Selain itu WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) juga berusaha ingin meningkatkan jumlah pengunjung di daerah Bandung utara sekitaran lokasi WAGOBAR (Warung Goreng Bakar). Promosi adalah komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan juga produknya agar masyarakat bisa menerima, membeli dan juga loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Tjiptono 2003). Berdasarkan definisi tersebut Wagobar memerlukan strategi promosi yang dapat mempengaruhi, membujuk agar hasil promosinya dapat meningkatkan penjualan.

Penyebaran promosi di masa kini tidak terbatas pada iklan televisi, iklan radio, iklan koran, poster, baliho atau *flyer*. Keberadaan situs web, media sosial memudahkan usaha promosi. Penggunaan media sosial di masa kini sangat dibutuhkan oleh perorangan, perusahaan atau lembaga termasuk Wagobar dalam melakukan usaha promosinya karena selain mudah, murah dan juga lebih banyak menjangkau khalayak. seperti yang dinyatakan oleh Gitosudarmo (2016) Media sosial mendukung kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi calon konsumen agar bisa mengenal produk yang ditawarkan. WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) sudah melakukan usaha promosi melalui media sosial seperti Instagram, namun apabila dilihat dari visualisasi media promosi yang sudah dilakukan oleh WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) membuat promosi berupa *E-Poster* yang disebar di media sosial Instagram, menggunakan foto produk sebagai elemen utamanya, akan tetapi dengan hanya menampilkan foto saja kurang merangsang khalayak untuk tertarik, akan lebih baik apabila ada sesuatu pesan menarik yang disampaikan. Berdasarkan hal tersebut Wagobar memerlukan perancangan promosi yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapinya agar tujuannya tercapai.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka terdapat identifikasi masalah sebagai berikut:

- Kurangnya promosi yang menarik guna merangsang keinginan khalayak remaja dan dewasa membuat WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) kurang dikenal.
- Wagobar berusaha ingin meningkatkan jumlah pengunjung dari daerah Bandung utara, daerah sekitaran lokasi WAGOBAR (Warung Goreng Bakar)
- Memerlukan promosi melalui media yang dapat menjangkau khalayak lebih luas.

I.3 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah yang berkaitan dengan perancangan pemasaran produk WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) dalam media Instagram.

- Bagaimana mempromosikan WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) sebagai warung dan kafe yang menjual menu unggulan WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) dan sebagai kuliner khas Sunda untuk khalayak lebih luas?

I.4 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada rumusan masalah, Maka permasalahan difokuskan sebagai berikut.

- Permasalahan yang diangkat yaitu mengenai Kurangnya promosi yang kreatif membuat WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) kurang dikenal serta bagaimana memperkenalkan WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) sebagaimana warung dan kafe yang menjual menu kuliner khas Sunda.
- Pengumpulan data, analisis data dan perancangan dilakukan dalam rentang Bulan Maret sampai dengan Bulan Agustus 2022.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang terdapat di atas terkait perancangan promosi WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) ini, tujuan dan manfaat adanya perancangan adalah sebagai berikut :

1.5.1. Tujuan Perancangan

- Perancangan promosi ini bertujuan untuk menyampaikan promosi yang kreatif dan inovatif agar WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) lebih dikenal terutama di kota Bandung.
- Memberikan wawasan untuk mengetahui pentingnya menggunakan media sosial sebagai wadah untuk memasarkan dan menyampaikan informasi kepada khalayak. Serta memberikan pengetahuan seperti apa medianya serta cara menyampaikan informasi dengan visual yang menarik.

1.5.2. Manfaat Perancangan

- **Manfaat Teoritis**
Menjadi pengembangan keilmuan Desain Komunikasi Visual terutama yang berkaitan dengan perancangan media kreatif. Diharapkan dapat memberikan edukasi kepada WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) tentang pentingnya perancangan promosi dalam upaya memajukan usaha kuliner.
- **Manfaat Praktis**
Diharapkan dapat bisa dijadikan sebagai rujukan dan inspirasi bagi perancang, masyarakat, dan lembaga terkait topik perancangan. Diharapkan akan menunjang bagi WAGOBAR (Warung Goreng Bakar) untuk membuat perancangan promosi yang lebih menarik sehingga dapat lebih dikenal luas. Menarik minat khalayak dan tertarik untuk mencobanya.