BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kacang kedelai sebagai bahan makanan manusia dalam bentuk tempe, tahu, kecap, tauco, dan makanan lain, sudah lama dikenal masyarakat Indonesia. Bahkan secara komersial, olahan kedelai ini mulai banyak dikembangkan menjadi berbagai jenis produk salah satunya yaitu susu kedelai.

Susu kedelai sangat mengandung beribu manfaat, terutama untuk kesehatan. selain itu, susu kedelai itu sendiri bisa diolah kembali menjadi beberapa produk andalan seperti yoghurt dan keju kedelai.

Jika ditinjau pada saat sekarang ini, harga susu kaleng (yang sebagian besar adalah susu sapi) akhir-akhir ini kian melonjak dipasaran, mungkin susu kedelai dapat dijadikan suatu alternatif sebagai penggantinya. karena kandungan protein dalam susu kedelai hampir sama dengan kandungan protein dalam susu sapi.

Namun, walaupun ada berbagai jenis merk produk susu kedelai di pasaran, banyak masyarakat yang kurang mengetahui tentang keberadaan susu kedelai ini. Selama ini orang lebih mengenal dan menyukai produk susu sapi dalam kemasan. dengan demikian, keadaan seperti ini menyulitkan para pengusaha susu kedelai untuk bisa lebih berkembang dalam masyarakat. Maka dari itu, diperlukan cara agar susu kedelai khususnya Alamina untuk bisa sejajar dengan produk susu sapi di pasaran, sehingga masyarakat lebih tertarik dan menyukai susu kedelai.

Peranan seorang desainer sangat diperlukan, terlebih dalam pembuatan desain untuk memperkenalkan ke khalayak agar tertarik untuk meminum susu kedelai. Berdasarkan hal tersebut maka promosi susu kedelai Alamina inilah yang akan dijadikan kasus dalam tugas akhir.

1.2. Identifikasi Masalah

Alamina yang diproduksi oleh CV.Dodo-Mis merupakan suatu produk susu kedelai yang beralamat di Jl.Rancamalang no. 32 kec. Marga Asih, Kabupaten Bandung. perusahaan ini berdiri sejak tahun 2003 yang didirikan oleh Yubi Ahmad bayhaqi.

Di tinjau dari permasalahannya maka dapat disimpulkan beberapa pokok-pokok permasalahan yang ada di Alamina yaitu:

- Perlunya sebuah media yang bisa memberikan atau mendukung promosi Susu Kedelai Alamina.
- Kurangnya informasi mengenai manfaat susu kedelai Alamina.
- Tidak adanya media promosi pada susu kedelai Alamina,
- menurunnya jumlah penjualan susu kedelai Alamina pada tahun 2007 dikarenakan adanya pesaing baru yang muncul dipasaran seperti: Nutribean, Melilea, Soymilk.

1.3. Fokus Masalah

Setelah dipaparkan tentang latar belakang maka terdapat beberapa masalah yang muncul, promosi yang kurang, minimnya informasi mengenai manfaat yang ada pada susu kedelai, sehingga Susu Kedelai Alamina kurang begitu populer di masyarakat.

Hal ini menimbulkan suatu pertanyaan bagaimana strategi dan perancangan apa yang tepat untuk meningkatkan minat meminum Susu Kedelai Alamina sebagai alternatif pengganti Susu Sapi. Eksekusi rancangan mencakup pemberian kesan kiasan dan melebih-lebihkan,

layout desain, pemilihan image, key message, warna, tipografi dan strategi media pendukung lainnya.

1.4. Tujuan perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

- Menciptakan perancangan media promosi Susu kedelai Alamina yang efektif dan efisien sebagai sarana promosi kepada target sasaran yaitu masyarakat pada umumnya.
- Merancang suatu media promosi dengan visual yang lebih menarik.
- Memberikan informasi dalam hal mempengaruhi masyarakat untuk meminum susu kedelai Alamina.
- Memilih media yang tepat sehingga bisa mengena langsung pada target audience dengan hasil yang maksimal.

.

1.5. Kata kunci

- Menambah referensi tentang keunggulan-keunggulan tentang susu kedelai yaitu Alamina.