

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Makanan adalah zat yang dikonsumsi makhluk hidup untuk mendapatkan nutrisi yang kemudian menjadi energi. Karbohidrat, lemak, protein, vitamin, dan mineral merupakan nutrisi dalam makanan yang dibutuhkan oleh tubuh. Sebagian besar makanan berasal dari tumbuhan dan berasal dari hewan. Setiap makhluk hidup membutuhkan makanan. Tanpa makanan tentu makhluk hidup tidak akan bertahan hidup dengan jangka lama. Makanan dapat membantu makhluk hidup untuk mendapatkan energi, membantu pertumbuhan tubuh dan otak.

Didalam makanan terdapat kandungan gizi yang berbeda, Protein, Karbohidrat, dan lemak adalah salah satu contoh gizi yang didapatkan dari makanan. Setiap gizi mempunyai kegunaan yang berbeda. Karbohidrat merupakan sumber tenaga sehari-hari. Salah satu contoh makanan yang mengandung karbohidrat ialah nasi. Protein digunakan oleh tubuh untuk membantu pertumbuhan, baik otak maupun tubuh. Lemak digunakan tubuh sebagai cadangan makanan dan sebagai cadangan energi. Makanan mempunyai istilah lain di berbagai daerah bisa juga disebut dengan kuliner.

Kuliner adalah istilah yang sering kali dikatakan ketika menyebut sebuah makanan atau masakan. Selain itu kuliner juga sering digunakan ketika melakukan mencicipi makanan-makanan dari daerah. Namun ada juga istilah lain dari kuliner yaitu suatu proses pembuatan makanan. Istilah ini bukan dari bahasa Indonesia melainkan dari bahasa Inggris, yaitu *culinary*, yang artinya teknik memasak, mempersiapkan, menyajikan makanan.

Menurut Seogiarto (2018), kuliner adalah masakan dalam artian hasil dari proses memasak. Wisata kuliner adalah bepergian ke suatu daerah atau tempat yang menyajikan makanan khas dalam rangka mendapatkan pengalaman baru mengenai kuliner (Hall dan Mitchell, 2001, dalam Sari, 2013). Berdasarkan pendapat di atas tentunya hal ini dijadikan kesempatan bagi orang-orang yang ingin mempunyai usaha bisnis. Kuliner juga bisa dijadikan mata pencaharian bagi manusia.

Usaha Kuliner melihatkan adanya persediaan barang dan jasa yang diperlukan konsumen sehingga kegiatan pertukaran dapat memperoleh keuntungan dari produk makanan dan minuman yang dijualnya. Menurut Wulan Ayodya (2011), usaha kuliner juga masih terbagi dalam beberapa bagian berdasarkan produk kuliner yang dihasilkannya. Dari kutipan diatas usaha kuliner sangat banyak jenis-jenisnya, dikarenakan budaya didunia ini sangat beragam. Dan disetiap budaya memiliki beragam rupa makanan/minuman yang khas dan unik.

Tentunya hal tersebut dijadikan peluang bagi seseorang yang ingin mendapatkan keuntungan. Disini sang penulis melakukan penelitian terhadap salah satu perusahaan di bidang kuliner khususnya Kafe yaitu Ini Itu Kafe. Kafe ialah tempat bercengkrama bersama teman ataupun tempat diskusi baik itu bisnis ataupun diskusi hal banyak lainnya. Kafe merupakan tempat favorit masyarakat Indonesia maupun dunia. karena dimana pun daerah nya pasti selalu ada Kafe.

Menurut Budiningsih (2009) cafe atau cape adalah suatu restoran kecil yang berada di luar hotel. cafe memiliki pilhan makanan yang sangat terbatas dan tidak menjual minuman yang beralkohol tinggi, tetapi tersedia minuman sejenis bir, soft drink, teh, kopi, rokok, cake, cemilan, dan lain-lain. Kafe juga bisa diartikan sebagai warung kopi. Warung kopi tidak hanya menjual kopi namun banyak juga makanan ringan yang bisa dinikmati disana dan ada juga beberapa warung kopi menyediakan permainan agar mengumpul bareng kerabat tercinta akan sangat berkesan nantinya.

Ini Itu *Cafe* adalah sebuah kafe yang dulunya sebuah restoran namun sekarang restoran tersebut sudah dirubah menjadi sebuah kafe. Kini interior Ini Itu *Cafe* memiliki sisa sisa nuansa restoran sehingga kafe tersebut tidak sepenuhnya sebuah kafe jika dinilai dari sisi interior. Ini Itu *Cafe* telah berdiri sejak tahun 2019, sebelum jadi Kafe, Ini Itu *Cafe* adalah sebuah restoran bernama Ini Itu Resto. Kini sejak bulan September, Ini Itu Resto berubah menjadi kafe bernama Ini Itu *Cafe*. Ini Itu *Cafe* adalah kafe yang terletak di Bandung. Alamat entitas yang terdaftar adalah Jl. Bengawan No. 69D, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40114. *Café* Ini Itu juga menyediakan menu makanan dan minuman antara lain.

Ayam Geprek, Nasi Goreng, Mie Goreng, Pasta, Ayam Tegak Ini Itu, Ayam Taliwang, Sop Buntut, Iga, *Appetizer*, *Dessert*, *Drink*, Capcay Goreng/Kuah, Capcay *Special*, *Phobo*, *Light meal*, *Cofee*. Ini Itu *Cafe* sering dikunjungi dikalangan anak muda atau orang dewasa, yang terdiri dari anak SMA, Mahasiswa dan Karyawan ataupun Pengusaha.

Ini Itu *Cafe* tidak banyak dikenali oleh masyarakat Kota Bandung dan belum banyak diketahui dan cenderung statis, karena banyak masyarakat Kota Bandung tidak mengetahui bahwa di Kota Bandung ada kafe unik yang bernama Ini Itu *Cafe*. Ini Itu *Cafe* berusaha meningkatkan usahanya dengan upaya promosi di media sosial. Promosi yang dilakukan yang dilakukan adalah dengan membagikan postingan poster di media sosial.

Ini Itu *Cafe* juga memiliki kelebihan yaitu memiliki acara di setiap bulannya. Dan acara tersebut cukup unik, dan itu pula karena Ini Itu *Cafe* sangat berbeda dengan kafe yang ada disekitarnya. Ini Itu *Cafe* melakukan promosi acara tersebut melalui media sosial. Ada juga sebagian orang yang berpartisipasi di acara tersebut namun, Ini Itu *Cafe* berharap untuk lebih banyak orang yang berpartisipasi dalam setiap acara yang diadakan Ini Itu *Cafe*.

Berdasarkan dari pemaparan tersebut, hal ini kemudian menarik diteliti. Bagaimana agar masyarakat Kota Bandung mengetahui Ini Itu *Cafe*. Karena kebanyakan masyarakat Kota Bandung hanya mengetahui kafe yang sudah cukup dikenal dan tidak ingin mengeksplorasi kafe yang awam dan belum dikenal oleh masyarakat luas. Ini Itu *Cafe* memiliki target jumlah penjualan perharinya yaitu 75 penjualan yang terjual. Namun pada saat ini pengunjung Ini Itu *Cafe* perharinya hanya ada 20 sampai 30 penjualan yang terjual. Tentunya hal ini sangat jauh dari target yang di inginkan, Sang Owner dari kafe mencoba mengenalkan kafe tersebut kepada masyarakat luas agar dikunjungi banyak orang agar banyak penjualan yang terjual. Sejauh ini masyarakat memilih untuk bersinggah di Ini Itu *Cafe* karena ajakan dari teman. Oleh karena itu, pembahasan ini sangat menarik untuk dibahas dan perlu melakukan pencarian data lebih lanjut kepada pihak Ini Itu *Cafe*.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka terdapat sebuah masalah yang bisa diidentifikasi sebagai berikut :

- Ini Itu Cafe tidak banyak dikenali oleh masyarakat Kota Bandung.
- Ini Itu Cafe berada di posisi strategis di Kota Bandung tetapi belum banyak masyarakat mengenali Ini Itu Cafe.
- Rata-rata jumlah penjualan perhari 20 sampai 30 penjualan yang terjual.

## **I.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan identifikasi masalah di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

“Bagaimana cara mempromosikan Ini Itu Cafe kepada masyarakat Kota Bandung agar dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke Ini Itu Cafe melalui media komunikasi visual yang menarik dan efektif?”

## **I.4 Batasan Masalah**

Penelitian ini membatasi tempat dan waktu serta batasan dari objek atau subjek yang terkait. Untuk itu, berikut merupakan batasan-batasan masalah dari objek yang diteliti.

- Fokus pada program peningkatan penjualan Ini Itu *Cafe*.
- Penelitian ini memusatkan pada unsur komersil demi mengembangkan penjualan Ini Itu *Cafe*.
- Terkait branding, marketing, pengembangan usahan maka hanya di batasi pada minat masyarakat

## **I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan.**

### **1.5.1. Tujuan Perancangan**

Tujuan dilakukannya perancangan pada Ini Itu Cafe antara lain sebagai berikut:

- Adapun tujuan dilakukan perancangan untuk menyampaikan kelebihan yang ada di Ini Itu Cafe agar meningkatkan penjualan.
- Memberikan nilai-nilai utama di Ini Itu Cafe, sehingga meningkatkan pengunjung.
- Untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Ini Itu Cafe.

### **I.5.2. Manfaat Perancangan**

Penelitian ini bisa memberikan dampak baik dan bisa menghasilkan manfaat yang baik juga. Penelitian ini memiliki manfaat antara lain:

- **Manfaat Akademis** : Perancangan ini diharapkan sebagai sarana yang bermanfaat bagi perancang dalam merancang video komersial Ini Itu Cafe dan juga memberikan landasan yang kuat bagi perancang selanjutnya dalam melakukan perancangan terkait video komersial untuk menginformasikan *Brand* yang terkait.
- **Manfaat Praktis** : Perancangan ini berharap memberikan nilai-nilai tambah agar meningkatkan penjualan yang di inginkan Ini Itu Cafe.