

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perekonomian global mulai pulih dan diperkirakan tumbuh positif pada 2021. Pascakontraksi tajam pada Q2-2020, tren positif dan pemulihan ekonomi sejak Q3-2020 terjadi secara global, termasuk di Indonesia. Dalam upaya melaksanakan Program Pemulihan Ekonomi Nasional, Pemerintah terus memberikan dukungan kepada UMKM.

UMKM adalah istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang No.20 tahun 2008. UMKM adalah bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM didasarkan batasan omzet pendapatan pertahun, jumlah kekayaan aset, serta jumlah pegawai.

UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan yang ada.

Usaha kecil merupakan suatu usaha yang dimiliki perorangan atau kelompok, salah satunya adalah kedaisaurus yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang berada di Jl. Babakantiga-panyocokan Ciwidey. Kedaisaurus berdiri pada bulan januari 2022 yang didirikan oleh pemilik bernama Jein Oktaviany, pada awalnya kedaisaurus menjadikan tempat ini sebagai perantara/tempat untuk orang yang ingin belajar tentang seni terutama dikhususkan pada perfilman dan karya sastra, jein oktaviany alias Arif Faturahman sebagai pengurus komunitas Kawah Sastra Ciwidey, dan pendiri dari komunitas penulis Porsatujuh, serta salah satu penggagas *production house* film kemarin. Membuka sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah dengan nama Kedaisaurus, yang terinspirasi dari Official Gunnersaurus, dan Kinosaurus sebuah *micro cinema* yang berada di Jakarta dan ingin menjadikan kedainya menjadi besar seperti dinosaurus namun tidak punah. Keunggulan kedaisaurus adalah terdapat harga yang murah dan makanan enak serta penayangan film pendek yang menjadikan nilai tambah untuk kedaisaurus. Dikarenakan kedaisaurus masih sangat baru banyak masyarakat Ciwidey belum mengetahui kedaisaurus dan pemilik belum memahami cara melakukan promosi yang efektif, sehingga kedaisaurus hanya dengan mengandalkan relasi pemilik, sebagian besar pelanggan yang saat ini datang berasal dari kerabat pemilik kedaisaurus.

Dari permasalahan diatas solusi yang digunakan penulis untuk menyelesaikan masalah sepi pengunjung yang datang, maka akan melakukan *Relaunching* dengan mengadakan *event* nonton bareng di kedaisaurus dengan mengangkat tema dinosaurus agar memperkuat *brand image* dari kedaisaurus.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang disimpulkan dari penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana membuat perancangan media *Relaunching* kedaisaurus agar dikenal oleh masyarakat luas ciwidey

1.3. Lingkup Perancangan

Berikut adalah ruang lingkup perancangan terkait dengan Tugas Akhir yang bertema “Perancangan *Relaunching* Kedaisaurus”

1.3.1. Segmentasi

Demografis

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Usia : 15 – 20

Status : Pelajar

Golongan SES : B

Geografis : Ciwidey

Psikografis : Orang yang gemar berkumpul dengan teman

Friendly, Humble, Setia kawan

1.4. Manfaat Perancangan

Manfaat yang akan didapatkan dari pembahasan karya tugas akhir ini adalah sebagaiberikut.

a. Bagi Kedaisaurus

Hasil dari proyek tugas akhir ini akan dijadikan sebagai bentuk Relaunching untuk membantu memperkenalkan kedaisaurus kepada masyarakat ciwidey.

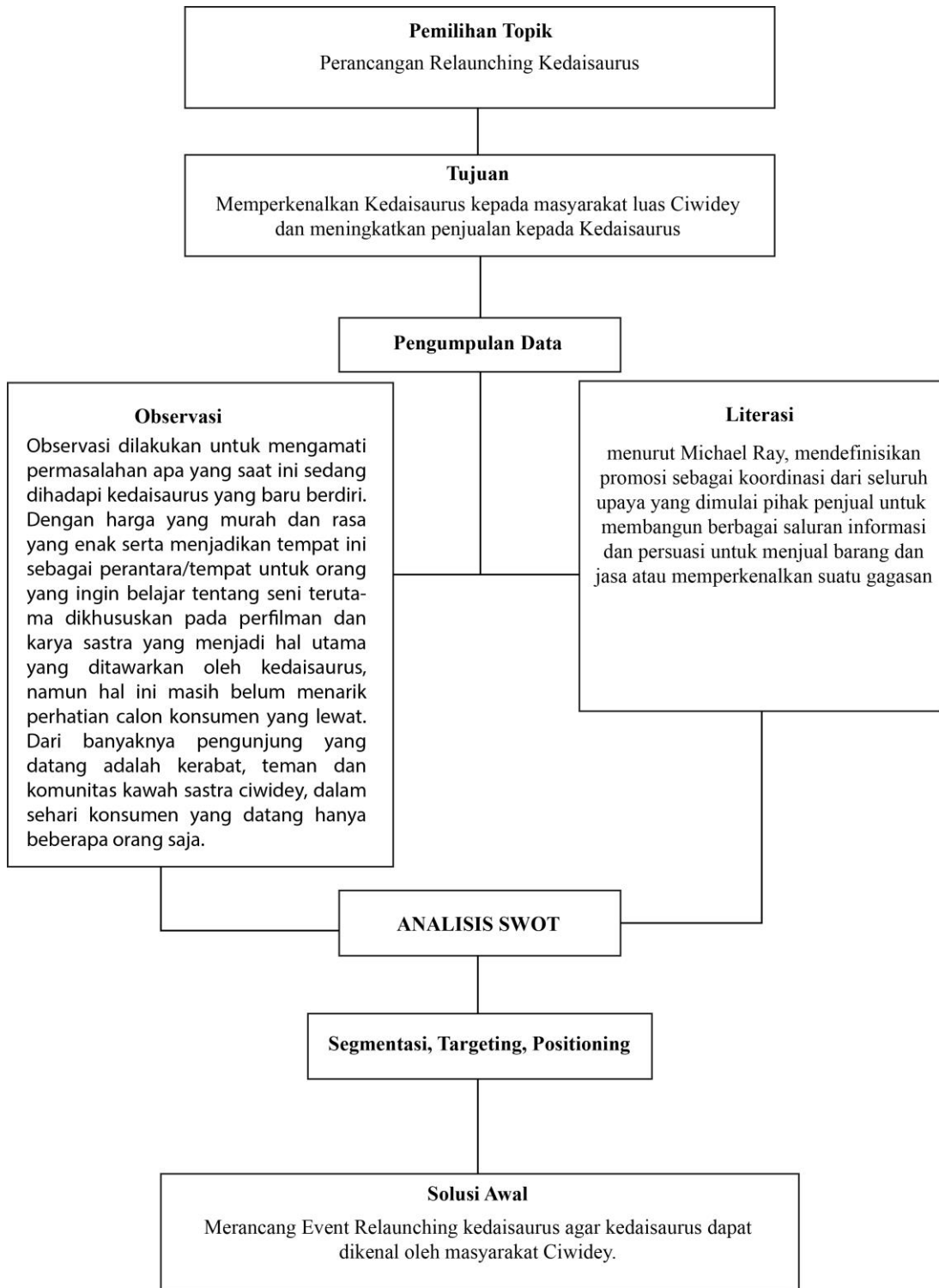
b. Bagi Universitas Pasundan Bandung

Hasil dari proyek tugas akhir ini dapat menjadi referensi perpustakaan dan bahan bacaan yang dapat menambah ilmu bagi mahasiswa dan pembaca.

c. Bagi penulis

Proyek tugas akhir ini bermanfaat untuk menambah pengalaman penulis dalam menerapkan ilmu dan pengetahuan desain selama perkuliahan yang kemudian dapat diaplikasikan pada dunia kerja.

1.5. Skema Perancangan



GAMBAR 1.5. : SKEMA PERANCANGAN

1.6. Metode Perancangan

Metode pengumpulan data ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dengan mengadakan penelitian langsung ke objek penelitian baik berupa observasi, dan Literasi

a. Metode Pengumpulan Data

Data Primer

Jenis penelitian ini digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan cara observasi yang bersifat kualitatif dimana prosedur penelitian ini menghasilkan data deskriptif, dalam penelitian ini berupa segala sesuatu yang berkaitan dengan permasalahan kedaisaurus yang belum melakukan promosi serta kebiasaan masyarakat muda ciwidey yang sering berkumpul dengan teman.

Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dengan cara membaca literasi terkait perancangan *Event Relaunching* kedaisaurus

b. Tahapan Perancangan

Pada tahapan ini perancangan membuat tahapan strategi komunikasi yang digunakan adalah pendekatan emosional dengan mengajak menonton film bersama BABIV.

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Maksud dan Tujuan, Metode Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori teori yang sesuai dan dapat digunakan untuk penyelesaian masalah atau pencapaian tujuan yang ingin dicapai.

BAB III : ANALISIS DAN DATA

Bab ini membahas tentang analisa yang dilakukan, mulai dari melakukan observasi, studi literasi, wawancara – analisis target – analisis permasalahan – menentukan *what to say*

BAB IV : PERANCANGAN

Pada bab ini menguraikan secara rinci mengenai langkah langkah perancangan , mulai dari strategi komunikasi, strategi pesan, strategi kreatif, dan *Creative brief*

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang didapat .