

BAB I

LATAR BELAKANG MASALAH

A. Latar Belakang

Minuman merupakan kebutuhan primer manusia yang harus dipenuhi agar dapat bertahan hidup. Tujuan utama dari minuman adalah untuk memenuhi kebutuhan tubuh akan cairan, selain juga sebagai pelepas dahaga. Keinginan konsumen akan minuman tidak hanya sekedar air saja, tetapi juga menginginkan minuman yang memberi kenikmatan dan kesegaran. Minuman ringan adalah minuman yang tidak mengandung alkohol, merupakan minuman olahan dalam bentuk bubuk atau cair yang mengandung bahan makanan atau bahan tambahan lainnya baik alami maupun sintetis yang dikemas dalam kemasan siap untuk dikonsumsi (Cahyadi, 2005:12)

Pada jaman modern ini semakin banyak bisnis kuliner yang bermunculan di pasaran. Semakin banyaknya bisnis tersebut dapat ditandai dengan banyaknya bermunculan restoran, cafe, toko, bahkan yang hanya berbasis stand. Berbagai macam minuman ditawarkan dengan ciri khas masing-masing penjual. Semakin banyak ragam minuman – minuman yang bermunculan dari yang berupa *juice*, kopi, sari buah, minuman coklat, *bubble tea* dan lain-lainnya. Saat ini sudah banyak jenis minuman yang lagi hits, terutama di kalangan kawula muda. Minuman enak dan segar memang menjadi favorit masyarakat berbagai kalangan.

Bisnis minuman merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan di era sekarang. Banyak masyarakat yang berburu minuman yang menarik dan

terlihat enak. Apalagi di era sekarang media digital berupa sosial media terus berkembang dan bisa dimanfaatkan untuk menjual bisnis minuman tersebut.

Cokelat adalah sebutan untuk hasil olahan makanan atau minuman dari biji kakao (*Theobroma cacao*). Cokelat pertama kali dikonsumsi oleh penduduk Mesoamerika kuno sebagai minuman. Cokelat umumnya diberikan sebagai hadiah atau bingkisan di hari raya. Dengan bentuk, corak, dan rasa yang unik, cokelat sering digunakan sebagai ungkapan terima kasih, simpati, atau perhatian bahkan sebagai pernyataan cinta. Cokelat adalah makanan yang sangat digemari berbagai kalangan, tidak peduli usia, gender, status ekonomi dan lain-lain. Hal ini bisa dilihat bagaimana antusiasme seluruh orang didunia terhadap makanan dan minuman berbahan dasar cokelat, baik itu dibuat berupa kue, es krim, minuman, dan lain-lain. Cokelat merupakan salah satu produk hasil perkebunan yang telah dikenal oleh masyarakat. Cokelat telah berkembang dalam industri makanan dan minuman menjadi produk setengah jadi maupun produk jadi yang memiliki nilai ekonomis yang lebih baik. Industri makanan dan minuman dalam mengolah cokelat menggunakan biji cokelat yang menghasilkan produk seperti cokelat bubuk, pasta cokelat, permen cokelat, dan lain sebagainya. Cokelat dalam industri pengolahan dapat digunakan sebagai bahan baku ataupun bahan pelengkap produk. Dalam perkembangannya cokelat tidak hanya menjadi minuman tetapi juga menjadi makanan yang disukai anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Di awal abad ke-17, cokelat menjadi minuman penyegar yang digemari di istana Spanyol. Sepanjang abad itu, cokelat menyebar di antara kaum elit Eropa, kemudian

lewat proses yang demokratis harganya menjadi cukup murah, dan pada akhir abad itu menjadi minuman yang dinikmati oleh kelas pedagang. Kira-kira 100 tahun setelah kedatangannya di Eropa, begitu terkenalnya cokelat di London, sampai didirikan “rumah cokelat” untuk menyimpan persediaan cokelat, dimulai di rumah-rumah kopi. Rumah cokelat pertama dibuka pada 1657.

Perkembangan bisnis minuman ini di Kecamatan Karanganyar sangat beranekaragam karena setiap usaha dari kecamatan lainya juga membuka cabang di Kecamatan Karanganyar terutama dekat alun-alun yang sebagai pusat keramaian. Sehingga disana tersedia produk-produk minuman dari daerah karanganyar untuk memudahkan wisatawan belanja. Dengan terkumpulnya atau menjadi sentra Usaha minuman Kecamatan Karanganyar menjadi pusat kuliner terutama berbagai produk minuman dari karanganyar. Pendapatan daerah Kecamatan Karanganyar meningkat dengan baik yang kebanyakan karena adanya usaha minuman ini.

Perkembangan minuman di Kota karanganyar

No.	Jenis minuman	Jumlah outlet bertambah dalam 1 tahun
1.	Tea	3
2.	boba	3
3.	kopi	2
4.	Thai Tea	4
5.	Minuman coklat	7
Total		19
Rata-Rata		3

Sumber : Suryono, 2019

Seiring dengan perkembangan jaman, perkembangan dunia bisnis pun berubah. Konsumen dapat merasa bosan akan bisnis yang monoton tanpa

kreasi. Strategi yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis adalah dengan berinovasi, baik dari segi pelayanan maupun produk yang ada. Inovasi memberikan warna tersendiri dalam suatu bisnis untuk menarik konsumen (Wahyuni, 2017:2). Adanya inovasi dalam suatu bisnis dapat memperpanjang umur suatu usaha (*going concern*). Selain itu dapat memberikan keuntungan yang lebih, dimana keuntungan adalah tujuan utama dalam dunia bisnis, terutama bagi pemilik bisnis baik jangka pendek maupun jangka panjang, yang besarnya telah ditetapkan sesuai target dan batas waktu (Ali, 2014:5).

Bisnis minuman Semanis coklat terdiri dari 3 rasa yaitu Coklat Oiginal, Coklat Strawberry, Coklat Keju dan berbagai rasa lainnya dan dikemas dibotol plastik dan diberi label logo. Namun sampai saat ini masyarakat belum begitu mengenal tentang Semanis Coklat yang dikarenakan belum maksimalnya media promosi untuk yang dipasarkan dari produk. Salah satu media promosi yang belum dimaksimalkan adalah perancangan booth desain. Banyaknya bisnis minuman yang bermunculan menyebabkan terjadinya persaingan pada usaha sejenis. Pemilik minuman dituntut untuk mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif agar bisa bersaing secara sehat dan mampu mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Promosi adalah sebuah kegiatan komunikasi di dalam suatu perusahaan penjualan produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat, dengan tujuan

agar produk atau jasa di perusahaan dikenal oleh masyarakat serta dapat mempengaruhi masyarakat supaya berminat untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan. Di dalam perusahaan kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan yang sangat diperlukan oleh perusahaan karena disatu pihak meyakinkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan sedangkan di pihak lain ini sangat menentukan suksesnya perusahaan menghadapi persaingan pasar.

Semanis coklat merupakan kuliner minuman coklat yang terletak di kecamatan gondangrejo, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Di awal berdirinya tahun 2019. Meski gerai minuman jenis baru bermunculan, masih banyak orang memilih legitnya minuman coklat. Coklat yang dianggap mampu menggugah rasa bahagia dan mengusir stres, bisa jadi pilihan tepat bagi siapa pun mulai dari anak-anak hingga remaja.

Booth sudah menjadi suatu perhatian oleh banyak kalangan, mulai dari pengusaha, akademisi, pemasaran, praktisi media massa, perusahaan, hingga instansi pemerintahan. Dari booth ini banyak kalangan menggunakannya sebagai media promosi, alat penjualan, hingga memberikan materi informasi yang berkaitan dengan gambaran detail suatu iklan atau produk. Tak hanya itu dengan adanya booth banyak orang yang berlomba lomba untuk dapat mempromosikan produknya. Hal ini ditandai dengan adanya banyaknya yang menggunakan media booth tersebut. Fasilitas ini untuk dapat berhubungan langsung dengan orang banyak, seperti langsung bertemunya calon konsumen maupun konsumen produk tersebut. Kini semakin maraknya penggunaan booth

oleh berbagai prodak ataupun mempromosikan sesuatu jasa. Menurut Durianto, iklan adalah merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan (Durianto, 2003:1). Booth sendiri berasal dari bahasa Inggris yang rupanya memiliki arti pojok, boks telepon, stan, kamar, serta sel telepon. Namun, di dalam pameran, booth ini sendiri memiliki artian atau makna sebagai tempat atau sarana bagi produsen atau peserta dalam satu pameran untuk memamerkan produk atau karyanya ke masyarakat luas atau calon konsumen. Dan tak hanya itu saja, rupanya tempat yang biasa kita temukan dalam pameran dan dimanfaatkan oleh para peserta memiliki fungsi lainnya. Adapun Fungsi Booth Pameran sendiri, Sebagai ajang mempromosikan suatu produk atau karya seni serta Membangun citra atau image dari produsen atau penyaji karya seni dan Sebagai perwakilan dari suatu perusahaan

Di tengah maraknya perkembangan teknologi dalam pemasaran, sebuah perusahaan harus terus menunjukkan kualitas mereka dalam menjual produk/jasa yang mereka miliki. Perlu diketahui bahwa persaingan bisnis saat ini sangat ketat dan masing-masing perusahaan/instansi saat ini harus bisa mempertahankan loyalitas pelanggan. Media promosi yang sangat efektif untuk informasi produk adalah sebuah booth, karena Booth dapat dijangkau oleh semua masyarakat. Maka dari itu, desain sebuah Booth sangat diperlukan untuk menunjang suatu bisnis terutama di bidang produk atau jasa. Pada saat ini, “Semanis coklat” tidak memiliki Booth untuk

mengenalkan produk secara langsung sehingga mempermudah penikmat coklat dari “Semanis Coklat” untuk menikmatinya langsung . Booth menjadi media baru yang sifatnya dahulu hanya dipameran atau event. Di tengah persaingan yang cukup ketat saat ini, cara yang paling efektif bagi Minuman Coklat “Semanis Coklat” agar dapat bersaing adalah melalui media perancangan booth yaitu sebagai pengembangan promosi dan bagaimana cara memposisikan produk di benak konsumen dengan lebih menarik.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep Perancangan Booth design yang sesuai dengan karakter minuman semanis coklat?
2. Bagaimana Perancangan Booth design minuman semanis coklat gondangrejo karanganyar supaya lebih dikenal oleh masyarakat?

C. Tujuan

1. Menemukan konsep yang tepat dalam pembuatan Perancangan Booth design minuman semanis coklat gondangrejo karanganyar.
2. Untuk mengenalkan kepada masyarakat luas Perancangan Booth design dengan produk minuman semanis coklat gondangrejo karanganyar.

D. Manfaat

Perancangan ini juga diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Mahasiswa :
 - Untuk mengembangkan ide dan kreatifitas menciptakan Perancangan Booth design minuman semanis coklat gondangrejo karanganyar.

- Menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat dibangku perkuliahan.

2. Bagi Masyarakat :

- Memberikan informasi kepada masyarakat tentang Perancangan Booth design minuman manis coklat gondangrejo karanganyar supaya dapat dijadikan promosi dan dikenal kalangan anak muda .

3. Bagi Universitas Sahid Surakarta :

- Hasil perancangan ini diharapkan dapat dipergunakan untuk menambah referensi untuk membuat tugas akhir.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Berdasarkan jurnal yang telah dilakukan oleh penulis Lisa Agustin, dan Yusita Kusumarini, Filipus Priyo Suprobo di Surabaya Vol. 2, No. 2, (2014) dengan judul. “Perancangan *Modular Indoor Booth* untuk Produk Pakaian, Sepatu dan Makanan” Tujuan perancangan *modular indoor booth* ini merupakan salah satu inovasi sistem *display* dalam interior ruang pameran. Perancangan *booth* ini untuk memudahkan penyelenggara pameran ketika mendirikan maupun membongkar *booth* yang mereka gunakan. Penggabungan sistem modular dan sistem bongkar-pasang yang diaplikasikan dalam perancangan ini dapat memberikan kemudahan dalam berbagai aspek, seperti pemasangan, pengangkutan dan penyimpanan.

Berdasarkan jurnal yang telah dilakukan oleh penulis Razzaq Prawiratama Suteja, Teuku Zulkarnain Muttaqien, Hardy Adiluhung di Bandung Vol.5, No.3 (2018) dengan judul. “Material Recommendations On Subang Pineapple Sales Booth Design (Case Study: Setiabudi Street,

Bandung)'' Tujuan pemilihan material yang tepat pada booth penjualan nanas Subang, akan mempengaruhi kekuatan dan keawetan booth tersebut, sehingga meminimalisir kerusakan. Selain pemilihan material, teknik finishing yang baik juga mempengaruhi daya tahan booth penjualan nanas Subang. Pada penerapan aspek material pada perancangan booth penjualan nanas Subang, masalah yang dibahas adalah pemilihan material yang dihasilkan oleh produk stan penjualan nanas di jalan Setiabudi. Pada penerapan aspek material ini pemecahan masalah yang dilakukan adalah dengan melakukan observasi dan wawancara langsung di jalan Setiabudi Bandung dalam hal ini data yang diperoleh terkait dengan karakter material yang dipakai, ketersediaan material, proses produksi, dampak yang dihasilkan, hingga estetika yang dimiliki.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/8399>

Berdasarkan jurnal yang telah dilakukan oleh penulis Muhammad Iqbal Nidar, Diena Yudiarti, Sheila Andita Putri di Bandung Volume 7, No 2 (2020) dengan judul. "Perancangan Booth Untuk Pedagang Kaki Lima Di Area Komersial Gor Sapatua Kota Bandung'' tujuan booth untuk para pedagang agar memiliki booth sesuai dengan area yang sudah diberikan, yang nantinya diharapkan memberikan ketertiban dan kenyamanan untuk para pengunjung yang datang. Metode perancangan yang digunakan untuk booth makanan ini adalah dengan metode SCAMPER dengan teknik pengumpulan data kualitatif. Dalam perancangannya yang harus diperhatikan adalah bentuk yang ergonomis dan juga memiliki fungsi yang efisien untuk semua pedagang dengan kebutuhannya

masing-masing.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/12183>

Berdasarkan jurnal yang dilakukan oleh penulis Marco Tanjaya, Stephanus P. Honggowidjaja di Surabaya Volume 6, No. 1, tahun 2017 dengan judul. “Perancangan Interior Showroom Honda Surabaya Center” Tujuan dari perancangan ini adalah menciptakan sebuah *showroom* yang dapat memberikan pengalaman yang baru kepada pengunjung yang datang dan staff serta memiliki ciri khas dari Honda itu sendiri. Metode perancangan yang digunakan yaitu *design thinking* dengan tahapan (1) *Discovery*, (2) *Observe*, (3) *Emphatize*, (4) *Leverage Stories to Discover Insights*, (5) *Frame & Reframe*, (6) *Ideate*, (7) *Decide*, (8) *Prototype*, (9) *Validate Your Idea*, (10) *Iterate*.

<http://publication.petra.ac.id/index.php/desaininterior/article/viewFile/6373/58>
53

Manfaat dari keempat jurnal tersebut nantinya akan sangat membantu penulis sebagai referensi dalam pengerjaan Tugas Akhir yang meliputi bagaimana tentang membuat konsep perancangan Booth design semanis coklat gondangrejo karanganyar.

Tugas akhir yang dibuat oleh Haryo Suseno tahun 2016 di Jakarta yang berjudul “PERANAN DESAIN KOMUNIKASI VISUALDALAM PERANCANGAN BUKU PARENTING GENERASI DIGITAL DALAM BENTUK INFOGRAFIK”. Laporan tugas akhir ini menjelaskan tentang perancangan Stand Exhibition Mercedes Benz di IIMS JIExpo

Kemayoran Jakarta, dapat disimpulkan bahwa: Mengacu pada Image Mercedes Benz sebagai perusahaan Otomotif tertua yang mampu bertahan sampai sekarang, maka desain yang dibuat semenarik mungkin dengan fasilitas yang lengkap didalamnya, menunjukkan kepada pengunjung bahwa stand exhibition Mercedes Benz tetap diperhitungkan.

<http://digilib.isi.ac.id/1435/6/JURNAL.pdf>

Tugas akhir yang dibuat oleh Silvia Gunawan tahun 2015 di Surabaya dengan judul “PERANCANGAN FLEXIBLE EXHIBITION STAND DENGAN MATERIAL CARDBOARD”. Tujuan perancangan stan flexible exhibition menjadi salah satu inovasi yang dilakukan dengan menggunakan material cardboard yang bertujuan untuk memudahkan exhibitor melakukan pemasangan dalam waktu yang singkat. Konstruksi yang digunakan yaitu sistem knock-down dengan cara folding dan interlocking. Desain yang dirancang mulai dari elemen pembentuk ruang, pengisi ruang dan dekoratif pameran. Keunggulan menggunakan material cardboard untuk exhibition antara lain biaya produksi lebih murah, bahan baku yang melimpah, ringan, self-assembly tanpa menggunakan tools, fleksibel dengan kondisi dan luasan ruang pameran, memiliki kekuatan yang dapat menggantikan struktur konstruksi kayu dalam menahan beban dan masa pemakaian hingga dua tahun.

<http://publication.petra.ac.id/index.php/desaininterior/article/viewFile/3540/32>

Perbedaan Tugas Akhir yang akan dibuat penulis dengan dua Tugas Akhir adiatas adalah perbedaan tujuan dan konsep. Karena dari segi objek sudah berbeda.

F. LANDASAN TEORI

1. Perancangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perancangan berasal dari kata “rancang” yang berarti mengatur segala sesuatu (sebelum bertindak, mengerjakan, atau melakukan sesuatu), merencanakan. Perancangan adalah proses, perbuatan merancang, hasil rancang, program, desain (KBBI, 2008: 1139). Perancangan diartikan juga sebagai kegiatan yang mengatur segala sesuatu (sebelum bertindak, mengerjakan, bertindak sesuatu) (Kamus Umum Bahasa Indonesia, 2007: 927).

Perancangan adalah proses pemecahan masalah yang disertai dengan pemikiran yang kreatif guna mencapai hasil yang optimal. Kata perancangan atau dalam bahasa Inggris, “design” mempunyai arti “ to plan and manage everything to be better” merencanakan atau mengatur segala sesuatu agar menjadi lebih baik. (Kamus Inggris-Indonesia, Jhon M Echols dan Hasan Shadily, PT Gramedia Pustaka Utama). Perancangan media promosi disesuaikan dengan target audience dan tujuan pemasaran produk.

2. Booth design

Booth banyak sekali kegunaanya dalam bidang promosi produk, biasanya booth dikenal sebagai rombongan atau gerobak modern karena keunikan bentuk yang banyak sekali motif dalam booth. Booth stand, atau

event desk sering kita jumpai dalam stand pameran, booth counter, atau disebut counter banyak dijumpai di mall mall yang menawarkan makanan atau minuman yang mempunyai space sedikit besar biasanya sekeliling booth ada sebuah partisi yang menutupi bagian samping dan belakang booth utama, hal ini di buat sedemikian rupa menyesuaikan bentuk dan fungsinya.

Booth adalah sebuah loket makanan, umunya struktur sementara yang digunakan untuk menyampaikan dan menjual makanan kepada masyarakat umum. Biasanya ditempatkan diluar ruang ataupun dalam ruang seperti taman, pinggir jalan, mall, dan lain-lain. Berdasarkan penjelasan booth tersebut, dapat di ambil kesimpulan bahwa pengertian booth adalah merupakan media yang digunakan sebuah perusahaan atau organisai untuk menjual produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat supaya lebih menarik minat untuk melakukan transaksi secara langsung, selain itu juga dapat berfungsi sebagai tempat penyimpanan sementara produk yang akan dijual. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada contoh booth dibawah ini:



Gambar 1. Desain Booth Modern, (www.sribu.com,2022)

Perkembangan teknologi tentu membawa perubahan yang lebih baik lagi, seperti dalam hal bisnis ini. Hal tersebut bisa dilihat banyaknya bisnis penjual makanan maupun minuman yang membuat *Booth* atau *stand* yang menjadikannya tempat penjualan promosi maupun tempat pameran yang di design semenarik mungkin. *Booth* sebuah mini stage yang dilengkapi dengan berbagai aksesoris sebagai ajang promo untuk produk maupun jasa sampai dengan branding perusahaan. pada umumnya *Booth* ditampilkan pada pameran atau *exhibition* akan tetap pada saat sekarang ini juga digunakan untuk berbisnis seperti *Booth* minuman dan makanan.

Desain Booth yang menarik akan mengangkat penjualan Produk. Salah satu motivasi agar bisnis produk tetap maju yaitu memperkuat promosi di tengah persaingan usaha yang ada di sekitarnya dan membutuhkan desain Booth yang lebih menarik dari sebelumnya serta dibutuhkan rancangan grafis pemilihan warna yang mencolok dari Booth produk agar terkesan lebih menarik dan pelanggan lebih tertarik untuk mencobanya.

Kemajuan teknologi tentu membawa perubahan yang lebih baik lagi, seperti dalam hal bisni. Hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya bisnis penjual makanan yang menggunakan Booth yang menjadikannya tempat penjualan sebuah makanan. Saat ini tidak sedikit jasa pembuatan Booth makanan yang mengutamakan rancangan yang menarik dan atraktif.

Ada beberapa Jenis-Jenis Booth yang sesuai kegunaannya:

a. Event Desk

Dalam bahasa Indonesia, istilah event desk disebut juga dengan meja promosi. Umumnya, para pengusaha menggunakan booth sejenis ini untuk keperluan promosi di dalam mall atau beberapa pameran, baik itu produk maupun jasa. Booth event desk portable dibuat dari bahan dasar PVC yang ringan namun kuat dan tahan goyah. Selain itu, booth ini juga memiliki tampilan yang elegan, sehingga tak jarang jika para pengusaha memilih booth ini agar lebih menarik di mata konsumen.

b. Booth Pop Up Counter

Varian booth berikutnya adalah booth pop up portable. Booth ini sering di pasang pada saat pameran serta beberapa event tertentu. Booth pop up counter memiliki tampilan yang lebih sederhana, sehingga tidak memakan tempat banyak dan mudah dibawa.

c. Booth portable

Booth portable adalah sebuah meja promo yang bisa dipakai secara serbaguna dalam beragam bentuk aktivitas perniagaan maupun hanya untuk keperluan pameran saja. Dapat dilipat dan gampang dibawa, sangat cocok untuk yang ingin berjualan atau promosi secara berpindah-pindah tempat. Booth portable dibuat dengan aluminium berkualitas yang kokoh dan ringan dibawa.

3. Promosi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perancangan berasal dari kata “rancang” yang berarti mengatur segala sesuatu (sebelum bertindak,

mengerjakan, atau melakukan sesuatu), merencanakan. Perancangan adalah proses, perbuatan merancang, hasil rancang, program, desain (KBBI, 2008: 1139). Perancangan diartikan juga sebagai kegiatan yang mengatur segala sesuatu (sebelum bertindak, mengerjakan, bertindak sesuatu) (Kamus Umum Bahasa Indonesia, 2007: 927).

Perancangan adalah proses pemecahan masalah yang disertai dengan pemikiran yang kreatif guna mencapai hasil yang optimal. Kata perancangan atau dalam bahasa Inggris, “design” mempunyai arti “to plan and manage everything to be better” merencanakan atau mengatur segala sesuatu agar menjadi lebih baik. (Kamus Inggris-Indonesia, Jhon M Echols dan Hasan Shadily, PT Gramedia Pustaka Utama). Perancangan media promosi disesuaikan dengan target audience dan tujuan pemasaran produk.

Jenis- jenis promosi meliputi:

a. Promosi dapat diadakan di lingkungan fisik

Promosi dapat diadakan di lingkungan fisik yang biasanya dilakukan pada acara – acara tertentu atau event-event khusus yang di adakan di suatu tempat seperti pameran, bazar, festival, konser dan lain-lain. Biasanya para penjual membuka semacam stand atau booth untuk menampilkan dan menawarkan produk atau jasanya.

Kelebihan jenis promosi secara fisik adalah dapat menjangkau para calon konsumen, mereka dapat melihat secara langsung produk atau jasa yang ditawarkan dan dapat langsung bertanya segala sesuatu hal mengenai produk

atau jasa tersebut. Dari pihak penjual hal ini dimanfaatkan untuk membujuk dan merayu calon konsumen agar membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Kekurangan cara promosi secara fisik adalah sangat terbatasnya jumlah calon konsumen karena hanya diadakan di lingkungan atau area tertentu seperti perkantoran, kampus, sekolah dan lain-lain.

b. Promosi melalui media tradisional

Promosi melalui media tradisional adalah media cetak seperti koran, majalah, tabloid dan media elektronik seperti radio, televisi serta media di luar ruangan seperti banner atau papan reklame atau papan billboard.

Kelebihan jenis iklan promosi melalui media tradisional adalah dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen daripada dengan promosi secara fisik karena jangkauan media yang cukup luas.

Kekurangan cara promosi melalui media tradisional adalah membutuhkan biaya yang sangat besar karena melibatkan media-media besar seperti televisi, penyedia papan billboard dan lain-lain.

c. Promosi melalui media digital

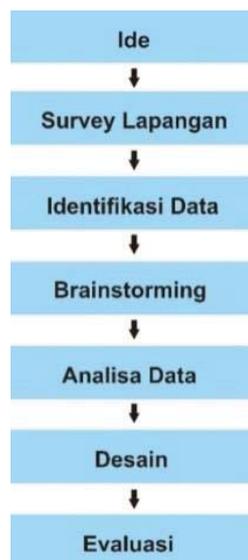
Promosi melalui media digital mencakup media internet dan sosial media atau jejaring sosial. Cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk atau jasa yang dipromosikan melalui teknologi terkini seperti ponsel atau laptop, banyak para pengusaha yang sudah beralih menggunakan media digital sebagai strategi promosi karena media digital merupakan cara paling efektif untuk menjangkau konsumen.

Kelebihan promosi menggunakan media digital adalah dapat menjangkau orang secara luas dengan waktu dan biaya yang efisien.

Kekurangan promosi menggunakan media digital adalah banyak sekali kompetitor atau pesaing yang ikut bermain didalamnya. Tugas yang cukup berat bagi para pemasar agar lebih kreatif lagi dalam berpromosi di media digital ini agar lebih menarik calon konsumen dibandingkan kompetitor.

G. METODE PERANCANGAN

Berikut ini adalah metode perancangan yang akan dilakukan penulis dalam pembuatan karya :



Gambar 2. Tabel Metode Perancangan, (Anggit,2022)

1. Ide

Ide atau gagasan adalah pemikiran permasalahan yang ada dilatar belakang dalam sebuah laporan tugas akhir. Dalam laporan tugas akhir perancangan Booth design semanis coklat gondangrejo karanganyar ini

bertujuan untuk mempromosikan usaha minuman manis coklat kepada Penikmat minuman coklat.

2. Survey Lapangan

Mengambil gambar dilokasi berupa foto perancangan Booth design manis coklat gondangrejo karanganyar ini sebagai analisa membuat desain Booth yang akan dilakukan.

3. Identifikasi Data (Brief)

Brief merupakan kumpulan data-data yang didapatkan dari hasil observasi dan dianalisa sehingga mendapat inti dari datanya.

a. Sumber data

- **Wawancara**

Wawancara akan dilakukan langsung dengan pihak yang bersangkutan dengan minuman manis coklat untuk mendapatkan informasi-informasi dan data-data yang dibutuhkan.

- **Pustaka**

Pustaka yaitu pengumpulan data-data mengenai teori-teori yang dibutuhkan dalam membuat laporan tugas akhir melalui data digital, media cetak dan lain-lain.

- **Internet**

Pengumpulan data-data tentang bagaimana membuat perancangan Booth design manis coklat gondangrejo karanganyar yang menarik dengan melalui media internet.

- Dokumentasi

Mengambil foto untuk melengkapi data-data.

b. Teknik Pengumpulan Data

- Observasi

Observasi adalah aktivitas untuk mengetahui sesuatu dari fenomena-fenomena. Aktivitas tersebut didasarkan pada pengetahuan dan gagasan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari fenomena yang diteliti. Informasi yang didapat harus bersifat objektif, nyata, dan dapat dipertanggung jawabkan.

Objek utama dalam membuat laporan tugas akhir ini adalah Perancangan Booth design semanis coklat gondangrejo karanganyar.

- Pustaka

Semakin banyaknya pustaka maka semakin banyak pula informasi-informasi dan data-data yang diperoleh untuk membantu dalam perancangan.

- Metode Dokumentasi

Bermanfaat untuk penelitian dengan mengabadikan suatu peristiwa yang sedang terjadi.

4. Brainstorming

Brainstorming yaitu upaya untuk mengembangkan ide-ide dengan cara berkonsultasi kepada dosen pembimbing Tugas Akhir dan teman mahasiswa lainnya.

5. Analisa Data (Creative Brief)

Creative Brief merupakan hal yang perlu dipersiapkan untuk melakukan langkah kreatif dalam menghasilkan laporan tugas akhir yang sesuai dengan latar belakang permasalahan Creative Brief mencakup strategi kreatif dan media plan yang digunakan dalam Perancangan Booth design semanis coklat gondangrejo karanganyar.

6. Desain

Desain merupakan visualisasi ide kreatif yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam ini akan membuat sebuah desain yang menarik sehingga dapat menjadi penunjang Perancangan Booth design semanis coklat gondangrejo karanganyar.

7. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk memberikan kesimpulan terhadap hasil perancangan yang akan dilakukan. Evaluasi perancangan ini akan menjadi tahapan penting sehingga dilakukan dengan teliti.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Laporan Tugas Akhir yang berjudul “PERACANGAN BOOTH DESIGN SEMANIS COKLAT GONDANGREJO KARANGANYAR”

BAB I

Bab ini memuat tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Perancangan, Manfaat, Tinjauan Pustaka, Metode Perancangan, dan Sistematika Perancangan.

Fungsi dari bab I digunakan sebagai bahan penjabaran untuk bab II, bab III, bab IV, dan bab V.

BAB II

Bab ini memuat tentang Identifikasi data, Meliputi: Pengertian desain, Pengertian Perancangan Booth design semanis coklat gondangrejo karanganyar.

Fungsi dari bab II digunakan sebagai landasan memvisualisasikan karya perancangan logo dan media promosi di bab IV dan ditarik kesimpulan di bab V.

BAB III

Bab ini memuat tentang Konsep Desain Booth, Identifikasi data Analisa Data, dan Strategi Kreatif.

Fungsi dari bab III digunakan sebagai landasan memvisualisasikan karya desain booth di bab IV dan ditarik kesimpulan di bab V.

Bab IV

Bab ini memuat tentang bagaimana merancang media pendukung yang efektif untuk Perancangan Booth design semanis coklat gondangrejo karanganyar.

Fungsi dari bab IV digunakan untuk menarik kesimpulan di bab V.

Bab V

Bab ini berisi tentang saran dan kesimpulan.

Daftar Pustaka

Berisi tentang referensi dari buku-buku dan artikel dari internet.