

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Seiring berkembangnya zaman, keberadaan cafe semakin banyak dijumpai diberbagai titik ditanah air. Maraknya perkembangan cafe saat ini beriringan dengan kebiasaan yang dimiliki oleh masyarakat zaman sekarang, cafe dijadikan sebagai pilihan tempat untuk bersosialisasi, bersantai dengan keluarga, kerabat, teman-teman, hingga melepas kejenuhan sambil menikmati hidangan.

Di Sumatera Barat ada banyak sekali cafe-cafe atau tempat nongkrong anak muda, salah satunya berada di perbatasan kota Bukittinggi dan Agam yang mana terdapat cafe dengan destinasi wisata antimainstream yang menggabungkan wisata alam dan kuliner. Cafe ini bernama Kapatoman, yaitu cafe dengan konsep kapal, kolam renang outbound dan camping. Cafe ini berdiri pada akhir tahun 2017 tepatnya pada tanggal 26 Desember. Cafe ini dikelola oleh enam bersaudara, cafe ini dibangun dengan menggunakan bahan kayu. Bentuk bangunannya seperti kapal Bugis. Ide pembuatan cafe didasari keinginan untuk memberikan pengalaman baru bagi pengunjung dengan bentuk bangunan, keindahan alam, dan menu yang disajikan.

Nama cafe ini diambil dari nama almarhum ayah mereka, “*Toman*” dan di depannya diberi tambahan “*Kapa*” (kapal). Cafe ini memiliki panjang 20 meter, lebar delapan meter, dan tinggi anjungan 12 meter. Dibutuhkan 25 kubik

kayu. Kayu yang dipakai merupakan kayu pilihan, seperti jenis Surian, pohon Kelapa sebagai tiang, serta jenis kayu lainnya yang dapat dipakai untuk jangka waktu lama.

Cafe Kapatoman memiliki ciri khas tersendiri dari segi minumannya yaitu *Teh Talua Tapai* yang mana jika dikaji Cafe Kapatoman ini merupakan cafe pertama yang membuat *Teh Talua Tapai* yaitu pada akhir tahun 2017. Keunikan dari cafe itu sendiri yaitu dalam pemilihan konsep, cafe ini dibuat dengan konsep terbuka, dengan bangunan seperti Kapal Bugis. Serta setiap sudutnya memberikan pemandangan yang indah dan udara yang segar, hal ini bertujuan untuk menciptakan suasana nyaman dan damai. Berbeda dengan cafe-cafe lain, dimana pada saat ini kebanyakan cafe dibangun dalam sebuah ruangan yang cenderung tertutup dengan view pandangan yang sempit. Cafe Kapatoman sendiri beralamat di Nagari Sianok, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat, belakang Tabiang Takuruang, Taruko, Kabupaten Agam.

Kendala dari Cafe Kapatoman itu sendiri yaitu pendapatan pada setiap bulannya, yang disebabkan karna kurangnya media promosi yang memperlambat perkembangan dalam meraih pasar atau target *audience*. Media promosi yang sudah ada kurang melekat dipikiran masyarakat. Cafe ini belum mengalami peningkatan dari segi penjualannya, walaupun makanan dan minumannya memiliki harga yang terjangkau, karena pengunjung yang datang ke Cafe Kapatoman yaitu mereka yang sudah menjadi pelanggan tetap.

Kurangnya informasi tentang Kapatoman ini, menjadikan masyarakat kota Bukittinggi dan Kabupaten Agam sendiri masih banyak yang belum begitu tahu keberadaannya ataupun kurang memahami konsep dari cafe ini, maka dari itu dibutuhkanlah sebuah video promosi. Video promosi merupakan salah satu media yang efektif dalam mempengaruhi seseorang atau sebuah lembaga/instansi dengan penyampaian yang menarik. Dengan komunikasi melalui audio visual tentunya penyampaian promosi semakin efektif (Supriyono 2010: 12). Maka dari itu dengan adanya video promosi ini diharapkan masyarakat jadi tau dan mengenal tentang cafe ini.

Berdasarkan uraian di atas, diperlukan sebuah solusi agar nantinya dapat membantu Cafe Kapatoman dalam mempromosikan keberadaannya di tengah masyarakat khusus nya kota Bukittinggi dan Kabupaten Agam, dari penjelasan tersebut maka penulis akan mengangkat judul “Perancangan Video Promosi Cafe Kapatoman”

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, masalah-masalah yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Kurangnya media audio visual Cafe Kapatoman sehingga memperlambat perkembangan dalam meraih pasar atau target *audience*
2. Media promosi yang sudah ada kurang maksimal sehingga kurang melekat dipikiran masyarakat.

3. Seiring berkembangnya media sosial sekarang yang semakin canggih, maka perlu di perbarui nya media promosi Cafe Kapatoman ini terutama di bagian media video

#### C. Batasan Masalah

Untuk mengarahkan perancangan ini agar permasalahan yang dibahas tidak terlalu meluas serta mempermudah dan terarahnya perancangan maka permasalahan di batasi pada penelitian ini yaitu “Perancangan Video Promosi Cafe Kapatoman” Karena berdasarkan definisi diatas yang akan di batasi adalah:

1. Kurangnya media promosi Cafe Kapatoman sehingga memperlambat perkembangan dalam meraih pasar atau target *audience*
2. Media promosi yang sudah ada kurang maksimal sehingga kurang melekat dipikiran masyarakat.

#### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang diuraikan di atas, dapat dirumuskan sebuah permasalahan Bagaimana merancang Video Promosi Cafe Kapatoman untuk media promosi

#### E. Tujuan perancangan

Adapun beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penyelesaian tugas akhir ini antara lain :

### 1. Tujuan Umum

Dengan adanya Perancangan Video Promosi Cafe Kapatoman penulis berharap bahwa nantinya Cafe Kapatoman bisa menambah *insight* media sosial dalam jumlah *view* dari masyarakat untuk cafe ini, sehingga cafe ini bisa lebih maju dan lebih mendapatkan pengunjung yang banyak

### 2. Tujuan Khusus

- a. Mendapatkan suatu rancangan video promosi Cafe Kapatoman agar masyarakat tertarik untuk mengunjungi cafe tersebut
- b. Bertujuan sebagai sarana memperkenalkan Cafe Kapatoman sebagai salah satu cafe dengan destinasi wisata alam nan indah

## F. Manfaat Perancangan

### 1. Bagi Target *Audience*

Masyarakat akan mengenal bahwa Cafe Kapatoman sebagai salah satu cafe yang menarik untuk dikunjungi

### 2. Bagi Cafe (*Brand*)

- a. Cafe Kapatoman akan lebih di kenal oleh masyarakat dan sudah mempunyai Media Promosi Dalam bentuk Video Promosi.
- b. Memberi *image* kepada masyarakat luas melalui perancangan video promosi cafe kapatoman

### 3. Manfaat Bagi Perancang

- a. Mengetahui proses perancangan media komunikasi yang baik, menarik

dan komunikatif sebagai media komunikasi tentang cara-cara penanggulangan masalah yang terjadi.

- b. Menciptakan media komunikasi visual (video promosi) yang tepat dan efektif untuk meningkatkan minat dan keinginan masyarakat untuk berkunjung kesana
  - c. Dapat melatih mahasiswa (penulis) dalam melihat suatu permasalahan tersebut serta mencari solusi dari permasalahan tersebut yang tidak lain adalah bagaimana merancang/membuat suatu media komunikasi visual yang efektif .
  - d. Penulis mampu berfikir sistematis dalam rangka pengaplikasian ilmu yang telah didapat di bangku perkuliahan untuk kemudian di terapkan sesuai dengan situasi di lapangan.
4. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan
- Hasil karya dari perancangan ini akan menjadi dokumen dan berguna sebagai acuan bagi mahasiswa lain.