

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan Negara kepulauan yang memiliki banyak kebudayaan disetiap daerah. Hal inilah yang membuat Indonesia menjadi salah satu negara dengan kebudayaan terbanyak di dunia. Masing-masing daerah di Indonesia memiliki ragam kuliner yang berbeda beda dan salah satunya Sumatera Barat.

Sumatera barat adalah salah satu Provinsi di Indonesia yang terletak di pulau Sumatera dengan Padang sebagai ibu Kotanya. Sumatera Barat memiliki Kuliner Tradisional dan Oleh-oleh Khas Minang Yang Beragam seperti Kue Bolu Kukus.

Kue Bolu kukus adalah kue yang berbahan dasar tepung terigu, gula, dan telur. Kue bolu umumnya dimatangkan dengan cara dikukus, Berbagai varian pun diciptakan untuk memenuhi keinginan pasar. Lambat laun, bolu tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan perut.

Kue Bolu Kukus Malin Kundang merupakan Suatu usaha kue bolu yang berasal dari Sumatera barat lebih tepatnya di kota Padang, Kue Bolu Malin Kundang ini berdiri pada tanggal 10 November 2020 dan telah memiliki 2 cabang yang ada di Kota Padang yaitu di jalan Nipah dan Pasar Siteba. Kue bolu ini merupakan salah satu usaha kue bolu kuliner / Oleh-oleh yang berada di kota padang. Dalam bisnis kuliner, Kue Bolu Malin Kundang baru berjalan selama 3 tahun dimana dalam waktu tersebut sudah memiliki 3 cabang yang ada dikota padang.

Dengan harga yang terjangkau menjadikan Bolu Kukus Malin Kundang Kuliner / Oleh – Oleh dari kota padang yang wajib di coba.

Bolu Kukus Malin Kundang sendiri masih belum memiliki promosi dalam bentuk *Audio Visual*. Hal itu disebabkan karena promosi Kue Bolu Kukus Malin Kundang ini hanya dalam Visual desain saja, Seperti *Poster*, *Feed Instagram*, *Billboard*, dan lainnya.

Menurut Sadjiman (2006) Promosi adalah salah satu unsur dalam paduan pemasaran berupa komunikasi yang bersifat informatif-persuasif. Promosi berfungsi untuk merangsang penjualan. Tugas promosi adalah mempengaruhi target *audience* agar melakukan pembelian, sehingga dapat menaikkan jumlah penjualan.

Zaman serba Digital ini banyak pengusaha berlomba – lomba untuk mempromosikan produk nya agar banyak yang ngelirik dan tertarik. Namun sangat disayangkan Bolu Kukus Malin Kundang ini belum memiliki Video Promosi yang efisien untuk menarik Masyarakat, Terlebih lagi banyak masyarakat yang tidak tertarik dengan kue bolu yang terkesan hanya begitu begitu saja.

Dengan permasalahan tersebut, maka penulis melakukan suatu perancangan sebuah media promosi yang berjudul “Perancangan Video Promosi Kue Bolu Kukus Malin Kundang” yang bertujuan sebagai salah satu media promosi yang meningkatkan *Brand Awareness* Kue Bolu Malin Kundang ini. Pada intinya perancangan ini dilakukan untuk menjadikan Kue Bolu Malin Kundang agar dikenal luas oleh masyarakat kota padang maupun luar padang sehingga mampu menunjang pemasaran yang ada, kedepanya

sangat diharapkan melalui Promosi Kue bolu malin kundang mampu meningkatkan omset dan Penjualan mereka.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Dari berbagai hal yang diutarakan maka identifikasi masalah yang terjadi adalah :

1. Belum adanya media promosi dalam bentuk audio visual yang mampu Meningkatkan omset dan penjualan.
2. Dibutuhkan media promosi video dimana tampilan baru yang mengikuti zaman yang serba digital ini untuk menaikan *Brand Awareness* kepada masyarakat luas guna untuk memperkenalkan Bulu Kukus Malin Kundang sebagai kuliner budaya di Sumatera Barat.
3. Masyarakat banyak yang belum mengenal dan banyak yang tidak tertarik dan menganggap kue bolu ini seperti kue bolu pada umumnya.
4. Mulai banyak brand serupa yang mulai memanfaatkan media secara informatif dalam bentuk Audio Visual yang bertujuan untuk menarik minat pembeli.

C. BATASAN MASALAH

1. Belum adanya media promosi dan pemberian informasi yang menarik untuk masyarakat yang berminat untuk membeli dan mencoba bolu kukus ini.
2. Belum adanya perancangan video promosi sebagai penunjang promosi dan *Brand Awareness* kepada masyarakat terhadap Kue Bolu Kukus Malin Kundang yang berbasis kuliner budaya / Oleh Oleh dari kota

Padang.dan diharapkan dengan video promosi ini masyarakat menjadi tertarik untuk membeli Kue Bolu Kukus Malin Kundang ini.

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang bisa disampaikan adalah ;

1. Bagaimana merancang video promosi yang kreatif dan menarik sehingga menaikkan minat masyarakat untuk membeli Kue Bolu Kukus Malin Kundang?
2. Bagaimana merancang video promosi yang dapat menaikkan minat dan *Brand Awareness* Kue Bolu Kukus Malin Kundang?
3. Bagaimana merancang Video Promosi yang mengikuti kecanggihan zaman yang berguna untuk memperkenalkan kuliner kuliner yang ada di kota padang sehiungga berguna untuk kemajuan berkembangnya kota Padang ?
4. Bagaimana agar Bolu Kukus Malin Kundang melakukan inovasi dan juga improvisasi pada media–media promosi yang telah dibuat sebelumnya?

E. TUJUAN PERANCANGAN

1. Tujuan umum

- a. Sebagai media informasi bagi masyarakat luas tentang Kue Bolu Kukus Malin Kundang.
- b. Menjadi media promosi dan membuat *Brand Awareness* Kue Bolu Kukus Malin Kundang

2. Tujuan khusus

- a. Membuat media promosi yang menjadikan produk ini atau usaha ini lebih dikenal oleh banyak orang sehingga menciptakan *Brand Awareness* pada usaha ini.
- b. Dengan adanya video promosi ini dapat membantu menaikkan pemasaran dan peminat terhadap Kue Bolu Kukus Malin Kundang ini

F. MANFAAT PERANCANGAN

1. Bagi Pemilik Usaha

- a. Dapat mengenalkan produk dan keunggulan dari produk tersebut sehingga mendatangkan omset yang lebih baik dari sebelumnya karena adanya media promosi tersebut.
- b. Sebagai media promosi yang sangat efektif untuk dilakukan.

2. Bagi Target Audience

- a. Penyajian media promosi yang menarik dan efektif akan memudahkan konsumen untuk memahaminya
- b. Dapat menambah pengetahuan mengenai Oleh – Oleh khas Sumatra Barat.

3. Bagi Perancang

- a. Sebagai penerapan ilmu metedologi yang diperoleh dalam perkuliahan di Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
- b. Sebagai informasi oleh penulis mengenai perancangan video promosi Kue Bolu Kukus Malin Kundang.

- c. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program *study* S1 Fakultas Desain Komunikasi Visual.
- d. Bagi penulis dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam merancang video promosi Kue Bolu Kukus Malin Kundang yang efektif dan komunikatif.

4. Bagi Institut pendidikan

Sebagai acuan bagi mahasiswa tingkat nantinya untuk melanjutkan perencanaan penelitian yang sama di Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.