

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era global saat ini membaca merupakan sesuatu hal yang penting, karena membaca merupakan salah satu akses utama untuk mendapatkan banyak pengetahuan. Selain itu, membaca juga dapat meningkatkan potensi setiap pribadi, memperkaya batin, memperluas pola pikir, dan mampu meningkatkan taraf hidup untuk keluarga, masyarakat, nusa dan bangsa (Amir, 1996:6). Dengan berbekal manfaat membaca itulah, manusia diharap mampu menyelesaikan segala permasalahan-permasalahan yang ada. Membaca dapat dilakukan dimana saja, banyak fasilitas yang sudah disediakan oleh institusi maupun pemerintah yaitu salah satunya adalah perpustakaan. Perpustakaan adalah sebuah ruangan, yang digunakan untuk menyimpan buku dan terbitan lainnya yang biasanya disimpan menurut tata susunan tertentu untuk digunakan pembaca (Sulistyo-Basuki, 1991:3). Ada dua unsur perpustakaan, yaitu buku dan ruangan. Namun semakin berkembangnya zaman, koleksi sebuah perpustakaan bukan hanya berupa buku tetapi bisa berupa film, musik, *slide* atau lainnya, yang dapat diterima sebagai sumber informasi.

Bandung memiliki pertumbuhan industri kreatif yang sangat pesat. Seperti dibidang desain, arsitektur, musik, *fashion* dan kuliner. Saat ini, di Bandung mulai menjamur tempat-tempat unik dan kreatif yang dapat dijadikan sebagai referensi tempat untuk berkumpul seperti taman tematik, kafe, hingga perpustakaan. Pada umumnya, perpustakaan merupakan tempat yang dianggap membosankan bagi sebagian masyarakat karena suasananya yang kaku dan formal. Dikarena adanya kemajuan industri kreatif, kini mulai banyak bermunculan perpustakaan atau rumah baca yang dikonsept dengan desain interior yang unik dan suasana yang santai. Sehingga para penggunanya merasa nyaman dan betah berlama-lama. Salah satu perpustakaan berkonsep unik yang ada di Bandung, yaitu Kineruku *Book-Music-Film Library & Café*.

Kineruku *Book-Music-Film Library&Café* adalah perpustakaan yang berlokasi di Jl. Hegermanah 52, Bandung. Kineruku merupakan perpustakaan yang sudah berdiri sejak tahun 2003 hingga sekarang. Kineruku di dirikan dengan melihat contoh akses publik terhadap informasi yang ada di *Chicago*, Amerika Serikat. Terlihat banyaknya perpustakaan kota, toko-toko buku, CD musik, dan rental film di setiap penjuru kota. Konsep ini akhirnya diterapkan oleh pendiri Kineruku dengan berbekal semangat berbagi dan percaya pada pepatah “*knowledge is power*”. Akhirnya, hadirilah Kineruku dengan koleksi buku terbitan lokal hingga buku impor yang tergolong sulit didapat dan buku dengan harga yang relatif mahal. Disana Pengunjung dapat membaca di tempat ataupun dipinjam, dengan ketentuan mendaftar menjadi *member* terlebih dahulu. Kineruku menyuguhkan arsitektur menarik yang di tata dengan konsep “*homey*”, sehingga pengunjung betah berlama-lama disana. Di dukung dengan adanya alunan musik serta berbagai macam makan dan minuman yang bisa dipesan untuk menemani pengunjung. Tidak hanya itu, Kineruku juga melihat adanya fenomena komunitas para pecinta buku, musik dan film khususnya di kota Bandung yang memiliki ketertarikan dan tujuan yang sama untuk dapat saling berbagi dan membantu satu sama lain. Sehingga Kineruku menyediakan wadah untuk menyalurkan kesenangan itu bagi para komunitas untuk menjalin silaturahmi antar komunitas lainnya dengan melalai *event*. Selain alasan diatas, adanya *event* ini bertujuan untuk mendekatkan Kineruku dengan penggunanya yang mayoritas adalah mahasiswa. Namun sangat disayangkan, walaupun *event* ini memiliki peluang besar untuk menarik pengunjung untuk datang ke Kineruku dalam jangka panjang, pada kenyataanya adalah jumlah pengunjung hanya mengalami meningkat jumlah pengunjung ketika *event* berlangsung. Hal tersebut didapatkan penulis berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis. Penulis melakukan wawancara dengan narasumber Ibu Ariani selaku pemilik Kineruku menyatakan, bahwa promosi yang dilakukan oleh Kineruku pun masih terbilang kurang dan memungkinkan pesan yang ingin disampaikan tidak tersampaikan pada calon konsumen, hal ini disebabkan oleh minimnya *budget* Kineruku untuk melakukan promosi. Ibu Ariani menambahkan, bahwa Kineruku

ingin secara *continue* menyelenggarakan *event* tersebut terkhususnya untuk buku dan musik.

Suatu *event* atau acara diperlukannya media promosi yang digunakan sebagai alat utama untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada khalayak sasaran. Media promosi yang digunakan oleh Kineruku berupa media cetak dan media elektronik. Namun, penulis melihat masalah bahwa penyebaran media promosi tersebut masih tergolong kurang dan tidak merata sehingga tidak mencapai konsumen terlebih pada media cetak. Kineruku hanya menyebarkan poster dan *flyer* di beberapa tempat umum seperti *café* atau tempat makan lainnya untuk dibagikan atau di tempel pada dinding. Cara ini dianggap kurang efektif sehingga khalayak sasaran kurang tertarik untuk melihat walaupun penyebaran promosi dengan media elektronik sudah dapat mencangkup secara luas karena menggunakan website dan media sosial, tetapi tidak adanya keseimbangan antara media promosi. Seperti yang dikatakan Ibu Ariani, hal ini disebabkan oleh minimnya *budget* yang dimiliki Kineruku.

Berangkat dari masalah diatas, penulis ingin mengajukan Kineruku sebagai tugas akhir karena perlu adanya pembaharuan strategi promosi yaitu dengan strategi *low budget high impact* yang bertujuan untuk meningkatkan pengujung secara stabil serta mendatangkan *sponsorship* sehingga *event* ini dapat berlangsung secara *continue*. Selain itu, Kineruku juga layak untuk diangkat, karena *event* ini memiliki potensi besar pada kepedulian kaum muda terhadap buku, musik dan film dalam negeri. Sehingga dapat memajukan kualitas dan kreativitas anak bangsa. Permasalahan

### **1.1.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, berikut ini adalah identifikasi masalah yang didapatkan:

1. Membaca merupakan sesuatu yang penting di era global saat ini.
2. Persepsi masyarakat yang menganggap perpustakaan adalah tempat yang kaku, formal dan membosankan.<sup>11</sup>

3. Pengunjung yang datang ke Kineruku tidak stabil dan hanya mengalami peningkatan ketika Kineruku mengadakan *event* buku dan musik.
4. Promosi yang telah dilakukan Kineruku terbilang kurang yang disebabkan oleh minimnya *budget*.
5. Dalam meningkatkan kunjungan ke Kineruku, pemilik mengaku perlu adanya promosi. Salah satunya dengan membuat *event*. Karena dengan adanya *event* jumlah penunjung meningkat.

### 1.1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi diatas, berikut adalah rumusan masalah yang didapatkan:

1. Bagaimana perancangan promosi strategi kreatif dengan *low budget high impact* bagi Kineruku untuk menstabilkan pengunjung Kineruku?
2. Bagaimana strategi media dan visual promosi yang tepat untuk mempromosikan Kineruku?

### 1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun ruang lingkup dan pembatasan masalah yang dilakukan selama penulis mengerjakan tugas akhir ini, yaitu: merancang strategi promosi *low budget high impact* bagi Kineruku sehingga berakibatkan pada meningkatnya atau stabilnya jumlah pengunjung baik ketika diadakannya sebuah *event* maupun tidak adanya *event*. Serta dapat berla

Langsunnya secara *continue event* yang ada di Kineruku meskipun terhambat dengan minimnya *budget* untuk promosi. Lokasi penelitian berada di Bandung khususnya daerah perkotaan yang dekat dengan lokasi Kineruku di Jl. Hegarmanah 52, Bandung. Dengan *Primary Target* adalah mahasiswa dan pelajar sekitar 17-25 tahun yang aktif berkegiatan didalam maupun diluar rumah, memiliki ketertarikan pada buku dan musik. Khalayak sasaran berorientasi pada penampilan yang baik, *intens* bertemu teman-teman sehingga mengharuskan mereka untuk mengetahui informasi-informasi serta pengetahuan yang luas.

### 1.3 Tujuan Perancangan

Penelitian tugas akhir ini memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Terancangnya strategi kreatif promosi Kineruku dengan cara *low Budget high impact*.
2. Terancangnya konsep media dan visual untuk desain promosi Kineruku sehingga pesan tersampaikan kepada khalayak sasaran.

### 1.4 Metode Penelitian

Dalam perancangan ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu: metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah. Dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2009:15).

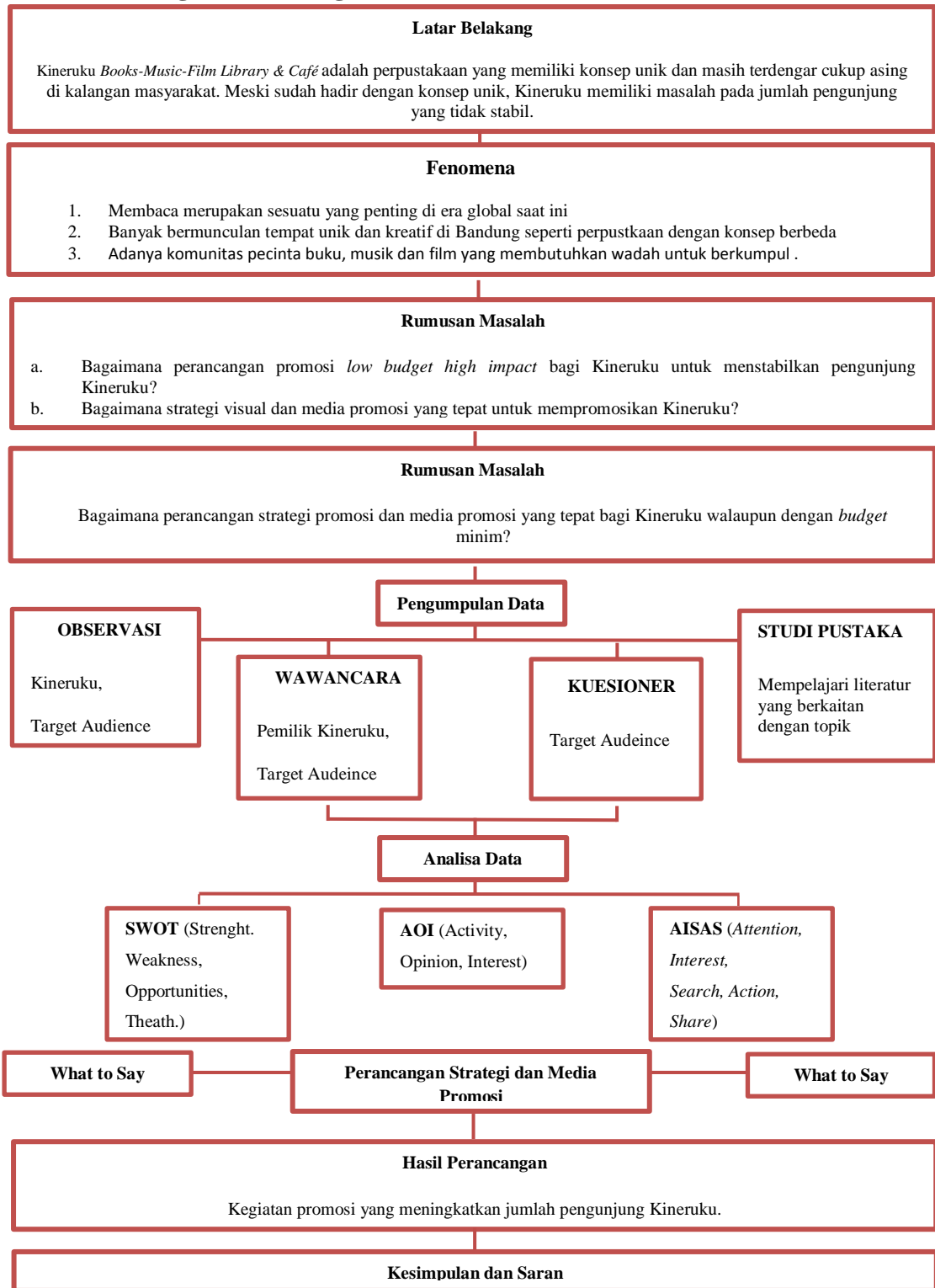
#### 1.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh David (Fred R. David, 2008:8), metode analisis *SWOT* adalah bentuk penyatuan secara menyeluruh mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebuah perusahaan.

1. **Strength** atau kekuatan adalah keunikan, sumber daya, keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Kekuatan inilah yang mampu berkompetensi lebih unggul dibandingkan pesaing dari perusahaan tersebut. Dalam perancangan ini, salah satu kekuatan atau keunggulan yang dimiliki Kineruku adalah konsep yang ditawarkan masih cukup unik dan belum banyak perpustakaan dan café yang memiliki konsep seperti Kineruku.
2. **Weakness** atau kelemahan merupakan sebuah keterbatasan, kekurangan yang dimiliki perusahaan yang dapat menghambat kinerja perusahaan. Kineruku tentunya memiliki kekurangan yang dapat mengancam kelangsungan Kineruku, seperti lokasi yang kurang strategis. Walaupun Kineruku berada ditengah kota, namun tetap susah dijangkau karena tidak adanya transportasi umum yang melewati daerah tersebut.

3. ***Opportunities*** atau peluang yang muncul dari faktor eksternal perusahaan yang dapat memberikan celah untuk masuk bagi perusahaan. Kineruku juga dapat mengembangkan tempatnya sebagai *basecamp* atau tempat berkumpulnya bagi komunitas-komunitas tertentu, seperti komunitas baca dan pecinta musik indie. Karena tempatnya yang nyaman dan konsep Kineruku yang asri dan klasik.
  
4. ***Threat*** atau ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntukan karena adanya pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Munculnya tempat sejenis Kineruku yang memiliki konsep interior yang menarik dapat menjadi penghambat majunya Kineruku.

## 1.5 Kerangka Perencanaan



*Bagan 1.1 Bagan Kerangka Perencanaan*

*Sumber: Data Penulis*

## **1.6 Pembabakan**

Dalam penyusunan Tugas Akhir penulis mengacu pada sistematika penulis sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Di dalam Bab ini membahas mengenai latar belakang permasalahan atau fenomena yang diangkat. Masalah perancangan yang meliputi identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah serta tujuan perancangan, cara pengumpulan data, kerangka perencanaan, dan terakhir pembabakan. Sehingga permasalahan memiliki fokus dan tidak keluar dari permasalahan yang diangkat.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Di dalam Bab ini membahas mengenai dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk dijadikan sebagai landasan dalam perancangan promosi Kineruku. Teori yang digunakan antara lain teori promosi, teori gaya hidup, teori perpustakaan, teori rumah makan, teori periklanan dan teori desain komunikasi visual.

### **BAB III DATA DAN ANALISI MASALAH**

Di dalam Bab ini membahas mengenai data-data yang didapatkan dari narasumber terkait masalah yang diangkat, data khalayak sasaran secara demografis, psikografis, dan geografis. Data yang didapat dari hasil wawancara yang dapat menjelaskan analisis terhadap masalah yang diangkat guna perancangan tugas akhir. Adapun analisis tersebut menggunakan AIO dan AISAS.

### **BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN**

Di dalam Bab ini membahas konsep (ide), konsep kreatif (pendekatan), konsep media (media apa saja yang digunakan, biaya media), konsep visual dan hasil perancangan visual dalam bentuk sketsa hingga penerapan visual dalam bentuk digital.



## **BAB V PENUTUP**

Di dalam Bab ini berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil perancangan promosi yang dibuat dalam tugas akhir ini.