

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan hal yang dapat di nikmati oleh setiap warga di seluruh dunia, entah diolah sebagai minuman atau sebagai makana. Kopi bisa di nikmati karena memiliki rasa dan aromanya yang khas. Indonesia termasuk negara yang dapat menghasilkan biji kopi terbanyak di dunia .Indonesia berada di peringkat empat setelah Kolombia dengan memproduksi sedikit di atas 10 juta karung kopi dalam kurun waktu satu tahun. Pada zaman milenial saat ini sudah banyak bermunculan kedai-kedai kopi di Indonesia. Khususnya di Kota Malang, bisnis yang termasuk kedalam UMKM ini sangat digemari oleh warga Malang Raya. Kopi selain merupakan sebuah gaya hidup kebanyakan orang, didukung dengan budaya anak muda *hangout* atau nongkrong muda sangat mendukung dalam perkembangan bisnis UMKM ini. Kebanyakan kedai kopi akan berlomba-lomba untuk menciptakan rasa yang khas untuk masing-masing kedai kopinya. Selain itu banyak juga faktor yang perlu diperhatikan agar kedai kopi tersebut dapat terus berlangsung dan tetap menjadi pilihan konsumen, faktor – faktor tersebut antara lain, lokasi, area parkir, kesediaan wifi, kesediaan stop kontak, area *working space*, tempat dengan interior dan pemandangan yang bagus, dll.

Kebanyakan dari kedai kopi langsung merupakan kedai yang menyajikan minuman berbahan dasar kopi, namun tentu ada minuman pendukung non-kopi sebagai variasi menu. Selain minuman juga disediakan kudapan ringan seperti donat, risoles, brownies, dan roti sandwich. Salah satu kedai kopi di Kota Malang adalah Asupan Kopi. Asupan kopi merupakan kedai kopi langsung yang berada di Jalan Candi 3F, Blok S, Karangbesuki, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur. Kedai Asupan memiliki caranya sendiri untuk menggait konsumen, yaitu dengan cara menyediakan variasi minuman dari kopi dan non-kopi yang tidak dapat kita temui di tempat lain. Contohnya adalah Kopi Tolak Angin, Kopi Senja (gabungankopi dengan soda), coklat seger (gabungan cokelat dengan sirup jeruk),

Kopi Kawista, Es Pink- Pink, Es Pink Orange, Es Buthek. Es Goder, dll. Lokasinya yang berada di jantung Kota Malang dan dekat dengan beberapa Universitas menjadikan nilai tambah Asupan Kopi untuk menggait targetnya yaitu kalangan anak muda.

Banyaknya bisnis kedai kopi di Kota Malang menjadikan persaingan yang cukup ketat. Persaingan menjadikan kedai kopi harus memiliki kualitas atau ciri khas yang unik dan berbeda dengan café lainnya. Melihat banyaknya kedai kopi dan *frenchise-frenchise* kopi di Kota Malang, menjaga kualitas saja tidaklah cukup. Dibutuhkan adanya strategi promosi yang menarik minat konsumen. Melalui *system* promosi yang bagus maka akan mengundang pelanggan baru untuk tertarik mencoba. Dan dengan menjaga kualitas dan harga yang tidak terlalu mahal diharapkan akan menjaga relasi antara pelanggan akan kembali lagi. Pada saat ini media promosi yang sudah digunakan oleh Asupan Kopi adalah melalui media sosial Instagram. Di dalam akunnya @asupankopi, Kedai ini mengenalkan menu-menu dan event nya melalui *post feeds* dan *story* Instagram (berbayar dan gratis).

Kedai asupan kopi mulai berdiri pada tanggal 6 juni 2019 yang bertempat di jalan Jl. Candi 3F, Blok S, Karangbesuki, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur . Ada 3 nama yang menjadi pemilik kedai asupan kopi yaitu , Yohanes raharjo,Edo Verdian dan Rafael lucky, mereka bertiga adalah remaja milenial yang berkerja sama mendirikan Kedai Asupan Kopi ini. Didirikannya asupan kopi ini memiliki alasan karena banyaknya anak remaja / milenial pada zaman sekarang yang lebih memilih nongkrong sambil mengerjakan tugas bahkan nongkrong Bersama teman-temannya daripada pergi ke sebuah mall. Asupan kopi sendiri termasuk kedai kopi yang menjual beberapa minuman kopi seperti kopi robusta dan kopi susu, ada pula jenis minuman lain yang di jual seperti es dengan sirup kawista, serta beberapa macam teh dengan campuran beberapa jelly. Kedai Asupan Kopi sendiri belum berumur setahun dan masih memiliki beberapa masalah dengan media promosinya yang belum cukup banyak , dan belum di kenal kalangan kebanyakan orang yang berada di Malang, mungkin yang mengenal kedai asupan kopi hanya beberapa teman dekat dari pemilik kedai Asupan Kopi atau orang yang berada di sekitar daerah Tidar.

Melihat fenomena yang ada, kedai kopi yang terjun dalam persaingan bisnis yang sudah banyak di Kota Malang ini harus memiliki strategi promosi yang dapat menarik minat pelanggan. Salah satu promosi yang dapat digunakan adalah dengan membuat video profil, dengan adanya video profil akan lebih mengenalkan sebuah brand baru kepada masyarakat luas Kota Malang. Video yang akan dibuat menggunakan teknik *B-roll* ini diharapkan dapat membantu Asupan Kopi untuk meningkatkan *brand awareness*-nya.

1.2 Identifikasi Masalah

Gambaran permasalahan pada latar belakang di atas selanjutnya diidentifikasi seperti berikut:

- a. Maraknya Kedai kopi yang ada di kota Malang.
- b. Asupan Kopi kurang di kenal oleh masyarakat Kota Malang karena terdapat banyaknya kedai kopi yang berada di Kota Malang.
- c. Belum adanya video profil sebagai media promosi untuk memperkenalkan kedai Asupan Kopi di kota Malang.

1.3 Batasan Masalah

Pada perancangan ini penulis menekankan pada perancangan video profil untuk unggahan media social seperti *Instagram* dan *Facebook* agar masyarakat di Kota Malang lebih mengenal tentang Kedai Asupan Kopi.

1.4 Rumusan Masalah

Dari penjelasan di atas maka dapat dirumuskan bahwa permasalahannya yaitu bagaimana melakukan perancangan video profil dan foto yang dapat menarik masyarakat kota Malang untuk lebih mengenal Kedai Asupan Kopi dan dapat menarik pelanggan lebih banyak.

1.5 Tujuan

Dari beberapa masalah yang telah ditemukan maka tujuan dari perancangan Tugas Akhir (TA) ini adalah membuat video profil tentang asupan kopi untuk meningkatkan *brand awareness*.

1.6 Manfaat

Manfaat yang dapat di ambil dari perancangan Tugas Akhir (TA) Asupan Kopi Ini dari berbagai pihak adalah sebagai berikut :

1.6.1 Bagi Universitas

- a. Menciptakan hubungan kerja sama yang baik antara Univeritas Ma Chung dengan Lembaga yang bersangkutan.
- b. Memperkenalkan Universitas Ma Chung sebagai lembag pendidikan yang mempersiapkan mahasiswa yang memiliki pengalaman dan kualitas yang baik.

1.6.2. Bagi Mahasiswa

- a. Mendapat wawasan dan pengalaman dalam merancang media video.
- b. Melatih kemampuan dalam bidang membuat video profil khususnya Teknik *short b-roll* .

1.6.2 Bagi Asupan Kopi

- a. Mendapat hasil video sebagai media promosi Kedai Asupan Kopi di Kota Malang .
- b. Mendapatkan hasil visualisasi materi promosi berupa video dan beberapa *merchandise*.