

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Roti Ganjel Rel merupakan salah satu makanan khas Semarang yang legendaris. Ganjel diambil dari bahasa Jawa yang berarti pengganjal. Bentuknya seperti kayu pengganjal rel kereta api. Bentuk dan warnanya ini membuat orang-orang menyebut roti ini ganjel rel. Pada awalnya bahan dasar yang digunakan roti ini adalah tepung singkong, namun karena teksturnya alot dan agak keras, kini roti Ganjel telah banyak dimodifikasi oleh produsennya digantikan dengan tepung singkong dan tepung terigu sehingga teksturnya menjadi lebih lembut dan lezat (Setya, 2020). Roti Ganjel Rel menjadi makanan khas yang selalu ada di Festival Dugderan. Namun seiring berjalannya waktu dan masa pandemi yang melanda Indonesia, kini kegiatan Festival Dugderan jarang diselenggarakan.

Salah satu produsen roti ganjel rel di kota Semarang yaitu roti ganjel rel masjuki. Roti ganjel rel masjuki telah diproduksi sejak tahun 2009, kemudian mereka mendirikan toko pada tahun 2017. Roti ganjel rel dipasarkan melalui media social instagram, e-commerce, dan bisa dijumpai offline store nya di daerah Tlogosari Kulon dan Bangunharjo, Semarang. Pandemi covid 19 memberikan dampak pada semua aspek bidang di Indonesia, termasuk dari aspek perekonomian. Dalam hal ini, roti ganjel rel juga merasakan dampaknya, sehingga terjadi penurunan pada omset penjualan sebesar 70%.

Selain masalah pandemi, ada satu produk saingan Roti Ganjel Masjuki yang masih lebih banyak dikenal dan masih banyak dipilih masyarakat. Dapat dilihat dari pengikut akun social media Instagram Roti Ganjel Nyonyah (@nyonyah_cakery) yang lebih banyak dibandingkan dengan pengikut pada akun social media Instagram Roti Ganjel Rel Masjuki (@oemahganjelrel). Selama pandemi Roti Ganjel Rel Nyonyah masih gencar melakukan kegiatan promosi dan membuat konten promosi yang lebih menarik dibandingkan konten promosi milik Roti Ganjel Rel Masjuki.

Roti Ganjel Rel Masjuki dapat dipesan melalui chat Whatsapp dan Shopee untuk pemesanan produk roti ganjel, serta Instagram sebagai media

promosinya. Pembelian juga dapat dilakukan secara offline di outlet Ganjel Rel Masjuki di Jl. Giri Mukti Baru. No.3, Tlogosari Kulon, Semarang dan Bangunharjo 387B, Semarang. Sedangkan Roti Ganjel Rel Nyonyah dapat dipesan secara online melalui Whatsapp, Tokopedia, GoFood, dan Website. Pembelian Roti Ganjel Rel Nyonyah juga dapat dilakukan langsung ke toko atau secara offline di Jl. Pandean Lamper 3 no.32, Semarang. dengan media promosi yang sama dengan Roti Ganjel Rel Masjuki yakni Instagram. Roti Ganjel Rel Masjuki memiliki tiga varian roti ganjel, yaitu roti ganjel rel original, ganjel rel krez, dan ganjel rel pie. Roti Ganjel Masjuki juga hanya memiliki satu ukuran box dengan berat 400gr yang di bandrol dengan harga 35.000 rupiah per box nya untuk varian original, Ganjel Rel Krez dengan berat 150gr per box seharga 35.000 rupiah, dan Ganjel Rel Pie nya. Berbeda dengan varian roti ganjel yang dimiliki oleh Roti Ganjel Nyonyah, mereka hanya memiliki dua varian, yakni roti ganjel rel original dan roti ganjel rel chocochips, masing – masing varian memiliki dua ukuran roti, yaitu ukuran mini dan ukuran besar. Roti ganjel rel mini di bandrol dengan harga 42.000 rupiah untuk satu box berisikan 6 pcs, roti ganjel rel besar original dibandrol dengan harga 33.000 rupiah, dan roti ganjel rel besar chococips seharga 38.000 rupiah.

Promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya dapat melakukan pembelian (Putra, 2019). Kenyataannya, roti Ganjel Rel Masjuki dianggap belum efektif dalam melakukan kegiatan promosi karena kurang dalam memberikan informasi terkait produk roti ganjel rel dan kurangnya penyebarluasan informasi mengenai produk roti ganjel rel. Sedangkan salah satu kompetitor roti ganjel rel masjuki yaitu roti ganjel rel Nyonyah sudah melakukan kegiatan promosi yang dilakukan melalui sosial media Instagram dengan lebih banyak memberikan informasi serta penyebarluasan informasi mengenai produknya yang dilakukan lebih banyak melalui *endorsement* di Instagram. Kurangnya informasi mengenai roti ganjel rel juga mempengaruhi kurangnya minat beli masyarakat terhadap roti ganjel rel. Khususnya generasi

muda yang kurang mendapatkan informasi melalui media sosial yang sering mereka gunakan yaitu, YouTube, Instagram, Facebook, Twitter.

1.2. Identifikasi Masalah

Roti Ganjel Rel Masjuki merupakan produsen kue tradisional khas kota Semarang yang memiliki cita rasa nusantara, akan tetapi kue tradisional ini kini memiliki beberapa permasalahan, antara lain :

1. Kurang nya *awareness* konsumen terhadap roti Ganjel Rel sebagai kue tradisioanal Semarang.
2. Pesan dalam media visual Roti Ganjel Rel Masjuki belum tersampaikan dengan efektif dan menarik kepada konsumen.

1.3. Rumusan Masalah

Roti Ganjel Rel merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang kini mulai dilupakan oleh masyarakat Dengan permasalahan yang telah teridentifikasi, Maka berdasarkan permasalahan diatas, berikut adalah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perancangan strategi promosi yang tepat untuk menginformasikan produk roti Ganjel Rel Masjuki agar meningkatkan *awareness* konsumen khusus nya generasi muda Semarang terhadap produk ini?
2. Bagaimanakah perancangan media visual yang tepat sehingga pesan dapat tersampaikan kepada konsumen terhadap produk Roti Ganjel Rel Masjuki untuk minangkatakan *awareness* konsumen ?

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan dibuat agar tidak melebarnya pokok masalah, supaya fokus dan terarah. Batasan masalah dalam perancangan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Merancang strategi promosi melalui pesan informatif yang menyasar pada generasi muda usia 20 – 35 tahun
2. Objek yang digunakan yaitu Roti Ganjel Rel.

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perancangan strategi promosi Roti Ganjel Rel, diharapkan tercapainya tujuan penelitian ini yaitu :

1. Terancangnya strategi promosi Roti Ganjel Rel yang informatif dan mudah dipahami.
2. Terancangnya visual dan media yang tepat serta menarik untuk mempromosikan dan menambah *awareness* generasi muda pada produk Roti Ganjel Rel.

1.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam menyusun penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan digunakannya metode ini diharapkan dapat memahami gejala yang terjadi. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1.6.1. Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Sarwono kegiatan membaca sejumlah buku atau refrensi yang memiliki tujuan untuk mengetahui pembahasan lebih mendalam mengenai suatu topic atau tema dan topik disesuaikan dengan topik yang diangkat dalam tulisan (Abdhul, 2021). Pengumpulan data dengan metode ini didapatkan melalui literatur yang terkait dengan topik perancangan untuk dijadikan refrensi. Informasi yang dibutuhkan didapat dari laporan penelitian, tesis, jurnal, makalah, artikel di internet. Teori yang telah didapatkan digunakan sebagai penunjang kegiatan perancangan selama dilakukannya penulisan.

1.6.2. Observasi

Istilah observasi berasal dari bahasa Latin yang artinya melihat dan memperhatikan. Secara luas observasi mengarah kepada kegiatan memperhatikan fenomena secara akurat, mencatat fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut (Ni'matuzahroh & Prasetyaningrum, 2018). Oleh sebab itu dilakukannya teknik observasi dalam “Perancangan Strategi Promosi Roti Ganjel Rel Masjuki sebagai Jajanan Khas Semarang” memiliki tujuan untuk mengetahui langsung kegiatan produksi, bahan yang

digunakan, dan mendapatkan informasi yang benar untuk perancangan ini.

1.6.3. Wawancara

Menurut Lexy J. Moleong, wawancara adalah percakapan yang memiliki tujuan tertentu. Kegiatan tersebut dilakukan oleh dua pihak ataupun lebih, yaitu pewawancara dan narasumber atau yang memberikan jawaban (Materi, 2021). Dilakukan wawancara dengan penjual produk sebagai narasumber untuk mengetahui informasi tambahan. Wawancara ini dilakukan agar didapatkannya data yang lebih mendalam dan akurat.

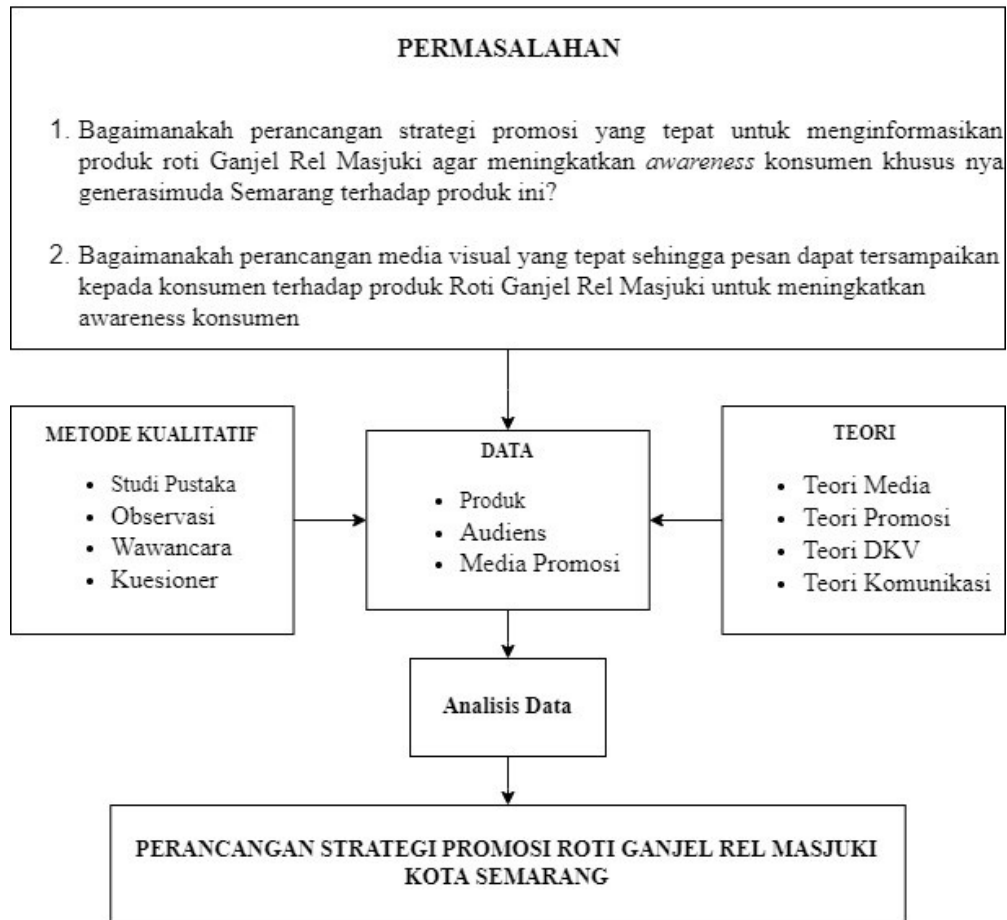
1.6.4. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui cara peneliti memberikan beberapa pertanyaan ataupun pernyataan tertulis yang harus dijawab oleh responden. (Ayu Dany, 2017) Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui penyebaran beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada target audiens yakni generasi muda untuk mengetahui banyaknya responden yang tahu tentang informasi Roti Ganjel Rel dan apa yang responden harapkan.

1.7. Metode Analisis Data

Data yang telah didapatkan kemudian dilakukan analisis menggunakan analisis SWOT, yakni singkatan dari *Strengths* (kekuatan, *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Fungsi analisis SWOT adalah mengekstrak informasi dari analisis situasi dan memisahkannya menjadi isu internal (kekuatan dan kelemahan) dan isu eksternal (peluang dan ancaman) menurut Ferrel dan Harline (Siadari, 2018)

1.8. Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian
(Sumber: Perancang, 2021)

1.9. Sistematika Penulisan

Penulisan tugas akhir ini dibuat berdasarkan susunan yang baik agar hasil laporan lebih terstruktur, terarah, dan mudah dimengerti. Berikut adalah susunan penulisan berdasarkan sistematika penulisan.

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan uraian latar belakang perancangan, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, metode pengumpulan data, kerangka perancangan dan pembabakan tiap bab secara jelas dan rinci berdasarkan masalah serta pemecahan masalah yang dihadapi.

Bab II Dasar Pemikiran

Berisi mengenai penjelasan teori – teori yang bersangkutan dengan tugas akhir ini sebagai landasan dalam proses perancangan.

Bab III Data & Analisis

Penguraian data mengenai hasil pengumpulan data yang telah dilakukan yaitu, observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka setelah itu dianalisis menggunakan teori yang bersangkutan.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini berisi penjelasan proses pembuatan rancangan strategi promosi menggunakan konsep kreatif, konsep komunikasi, konsep media promosi, serta konsep visual yang digunakan dalam rancangan tugas akhir dari hasil perancangan dan hasil analisis.

Bab V Penutup

Bab terakhir ini berisikan mengenai kesimpulan serta sasaran, masukan terhadap karya yang dibuat dan usulan yang dapat diterapkan pada perancangan berikutnya.