

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Penggunaan internet dan teknologi digital telah mengalami pertumbuhan pesat dalam kurun waktu 20 tahun terakhir, mengubah cara hidup, bekerja, dan berkomunikasi masyarakat. Menurut Morrow (2021:03) mengemukakan bahwa kemunculan media sosial dan platform *e-commerce* telah memungkinkan usaha untuk mencapai audiens yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan pelanggan secara *real-time*, dan menciptakan peluang pemasaran baru. Dampak internet dan teknologi digital juga membuat industri menjadi lebih kompetitif, memperluas basis pelanggan, menyederhanakan proses bisnis, dan menciptakan peluang pemasaran baru. Hal ini menuntut bisnis untuk terus beradaptasi dan berinovasi untuk tetap kompetitif dan tidak tertinggal.

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan kebutuhan akan aset desain grafis berkualitas tinggi. Desainer dan agensi desain grafis kini dapat memanfaatkan template siap pakai dengan grafis dan desain berkualitas tinggi untuk mengurangi waktu dan usaha yang diperlukan dalam membuat aset desain. Aset-aset ini meliputi template desain, template presentasi, dan sumber daya digital lainnya yang dapat digunakan untuk keperluan bisnis dan personal.

Notisnal Studio merupakan perusahaan yang berbasis di Kota Bandung dan bergerak dalam bidang penjualan aset grafis digital, seperti template desain, template presentasi, ilustrasi, ikon, dan font. Sejak berdiri pada tahun 2020, Notisnal Studio telah membuka cabang di Kota Malang sebagai upaya untuk memperluas jangkauan bisnis dan tenaga kerjanya. Hal ini menunjukkan komitmen Notisnal Studio untuk terus tumbuh dan berkembang dalam industri yang semakin kompetitif.

Hingga saat ini, Notisnal Studio telah melakukan pemasaran dan distribusi produk-produk aset grafis digital mereka melalui berbagai *marketplace* ternama seperti Envato, Creative Fabrica, Creative Market, dan Etsy. Akibatnya, Notisnal Studio lebih dikenal di kalangan masyarakat di wilayah Eropa, Amerika Utara, dan India daripada di masyarakat Asia Tenggara atau Indonesia. Ketergantungan pada *marketplace-marketplace* tersebut juga menghambat upaya Notisnal Studio untuk memasuki pasar Asia Tenggara dan Indonesia, melakukan inovasi dan mengembangkan lini produk baru, serta mengendalikan penjualan dan pemasaran. Kendala ini timbul karena setiap *marketplace* memiliki aturan dan sistem regulasi yang berbeda-beda.

Karena alasan tersebut, Notisnal Studio telah memutuskan untuk mengembangkan situs web mereka sendiri sebagai upaya untuk mengurangi ketergantungan pada *marketplace* dan melepaskan diri dari peraturan dan regulasi yang berlaku di *marketplace* lainnya, serta memberikan kebebasan bagi perusahaan untuk melakukan inovasi produk. Situs web ini juga memberikan kemudahan bagi Notisnal Studio dalam memasuki pasar di wilayah Asia Tenggara, khususnya Indonesia. Hal ini disebabkan oleh peluang yang terlihat oleh Notisnal Studio bahwa saat ini belum ada *marketplace* yang khusus menyediakan aset grafis digital dengan ciri khas Asia Tenggara.

Meskipun demikian, Notisnal Studio menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan penggunaan situs web mereka dan kurangnya *brand awareness* konsumen tentang keberadaan situs web Notisnal Studio di Indonesia. Kendala ini disebabkan oleh tidak adanya riset serta perancangan strategi promosi dan penggunaan media sosial yang hanya sebatas untuk meningkatkan jejak digital.

Berdasarkan uraian sebelumnya, penelitian ini dilakukan sebagai landasan bagi penulis untuk memilih topik "Perancangan Strategi Promosi Guna Meningkatkan *Brand Awareness* Notisnal Studio". Perancangan strategi promosi menjadi solusi yang tepat untuk membantu Notisnal Studio dalam mengembangkan bisnisnya dan menghadapi tantangan persaingan serta perubahan kondisi pasar. Dengan demikian, perancangan strategi promosi yang tepat dapat membantu Notisnal Studio untuk tetap eksis dan unggul di pasar.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, permasalahan yang dihadapi oleh Notisnal Studio dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a. Notisnal Studio masih bergantung pada *marketplace* yang menjadi distributor dari produk mereka.
- b. Minimnya *brand awareness* masyarakat Indonesia terhadap website dan perusahaan Notisnal Studio.
- c. Notisnal Studio masih belum melakukan promosi dengan maksimal.

## **1.3. Rumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat diketahui bahwa masalah yang ditemukan merupakan "Bagaimana merancang strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap Notisnal Studio".

## **1.4. Ruang Lingkup**

Merujuk pada keterkaitannya dengan program studi Desain Komunikasi Visual, ruang lingkup dalam perancangan dan pembuatan penelitian Strategi promosi bagi Notisnal Studio adalah sebagai berikut:

- a. Apa: Perancangan penelitian ini memfokuskan pada perancangan strategi yang dituangkan kedalam bentuk visual dan solusi desain.
- b. Siapa: Notisnal Studio
- c. Kapan: Penelitian dan perancangan dilakukan sejak bulan sejak Maret hingga Juli 2023.
- d. Dimana: Penilitan dan perancangan dilakukan dikota Bandung, Jawa Barat.
- e. Kenapa: Penilitan dan perancangan ini dibuat untuk menjadi solusi bagi permasalahan Notisnal Studio dalam mengembangkan *brand awareness* masyarakat terhadap perusahaan.
- f. Bagaimana: Hasil dari penelitian strategi promosi akan dituangkan dalam bentuk visual melalui berbagai media yang disesuaikan dengan kebutuhan berdasarkan data.

### **1.5. Tujuan Perancangan**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang strategi promosi yang dapat membantu meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap bisnis Notisnal Studio. Dengan strategi promosi yang tepat, Notisnal Studio diharapkan dapat menemukan solusi untuk menghadapi tantangan bisnis dan meningkatkan daya saing di pasar.

### **1.6. Metode Pengumpulan Data dan Analisis**

Untuk mendukung perancangan strategi promosi Notisnal Studio, maka diperlukan data yang relevan. Oleh karena itu, digunakan metode pengumpulan data yang terdiri dari dua kategori. Kategori pertama adalah data primer yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan kuesioner. Metode ini memungkinkan penulis untuk memperoleh informasi utama dari berbagai pihak seperti pemilik atau pengelola perusahaan, konsumen, dan ahli di industri yang bersangkutan. Selain itu, penulis juga menggunakan metode pengumpulan data yang termasuk kategori kedua, yaitu data sekunder. Metode ini mencakup penelitian, pengkajian buku, artikel, dan sumber lain yang dapat mendukung data primer dan proses perancangan.

- a. Primer
  1. Observasi

Soewardikoen (2019:49) mengemukakan bahwa Metode Observasi merupakan salah satu teknik penelitian yang cukup penting dalam ilmu sosial dan humaniora. Teknik ini sering digunakan untuk mengamati dan mencatat berbagai fenomena atau peristiwa yang terjadi di sekitar kita, termasuk dalam bidang visual. Dalam hal ini, metode observasi sering juga disebut sebagai data aspek imaji.

Dalam proses observasi, diperlukan pengamatan dan pendataan atas berbagai aspek visual yang terkait dengan perusahaan dan pesaingnya, baik berupa foto, ilustrasi, atau bentuk visual lainnya. Aspek-aspek visual ini mencakup elemen-elemen seperti warna, bentuk, tekstur, komposisi, serta unsur-unsur visual lain yang terdapat dalam gambar tersebut. Selain itu, dilakukan juga observasi lapangan dengan mengunjungi perusahaan untuk memperoleh informasi tambahan yang diperlukan.

## 2. Wawancara

Menurut Soewardikoen (2019:53) Metode wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian di berbagai bidang. Teknik ini melibatkan interaksi antara peneliti dan narasumber dengan tujuan untuk mendapatkan informasi terkait dengan objek yang diteliti.

Dalam pelaksanaan wawancara, akan diajukan serangkaian pertanyaan terkait objek penelitian secara langsung dan lisan kepada narasumber yang relevan, seperti pemilik perusahaan dan ahli di bidang terkait. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan biasanya berdasarkan kerangka konseptual penelitian dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

## 3. Kuesioner

Merujuk pada pernyataan Soewardikoen (2019:59), disebutkan bahwa kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian di berbagai bidang, terutama di bidang sosial dan ilmu perilaku. Teknik ini melibatkan penggunaan daftar pertanyaan tertulis yang disediakan kepada responden untuk dijawab secara mandiri.

Kuesioner umumnya terdiri dari rangkaian pertanyaan yang disusun berdasarkan kerangka konseptual dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Kuesioner ini dilaksanakan secara daring (*online*) dan ditujukan kepada audiens yang relevan dengan target audiens Notisnal Studio, termasuk pelajar, desainer grafis, akademisi, dan pemilik usaha kecil.

b. Sekunder

Metode studi pustaka merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian ilmiah. Teknik ini melibatkan proses membaca, mengumpulkan, dan menganalisis berbagai sumber informasi yang relevan dengan topik penelitian. Studi pustaka dapat dilakukan dengan membaca buku, jurnal, artikel, dan sumber-sumber informasi lainnya yang terkait dengan topik penelitian. Dalam melakukan studi pustaka, peneliti perlu memperhatikan kualitas dan keandalan sumber informasi yang digunakan.

Metode analisis data yang digunakan dalam pengerjaan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

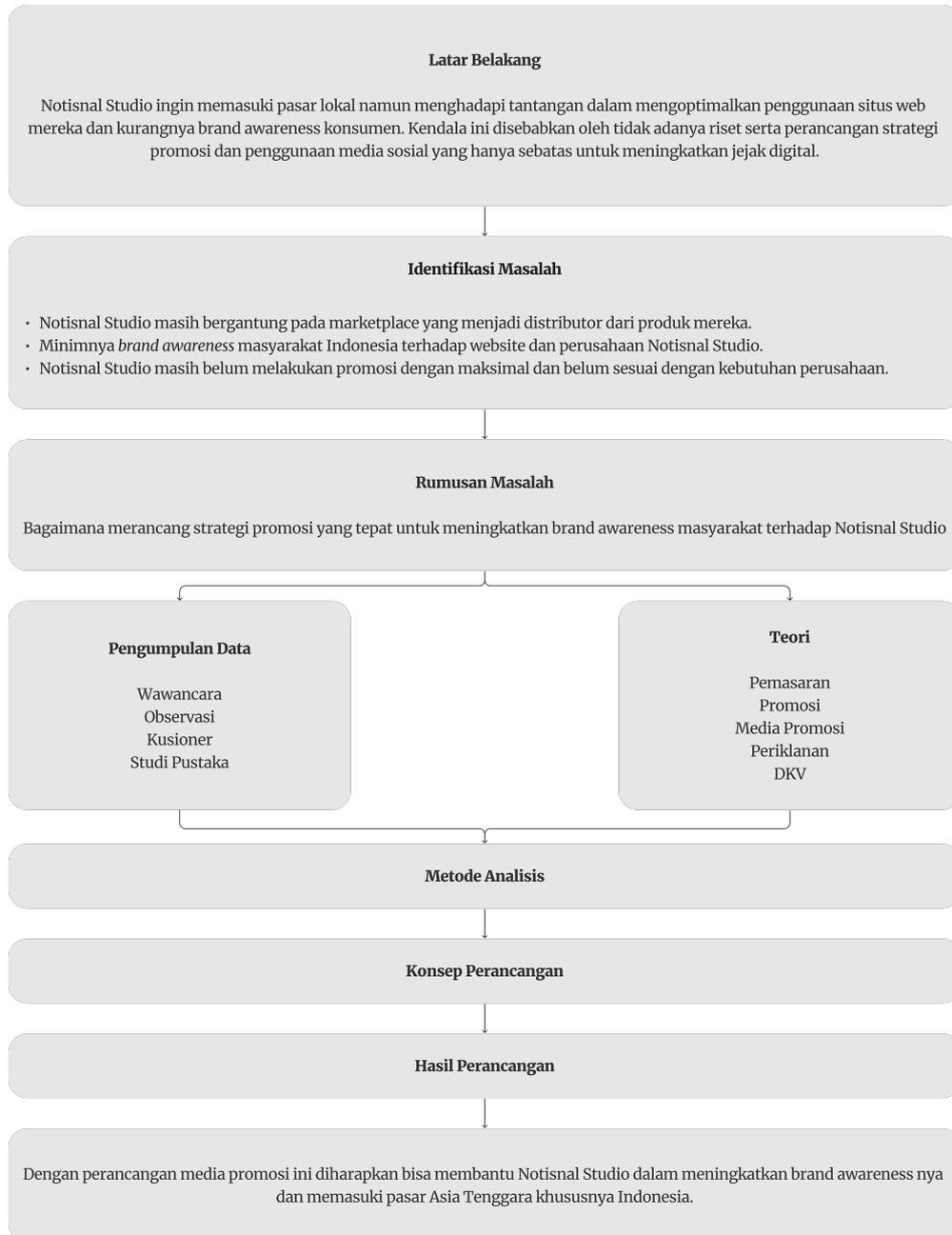
a. Analisis Data Kuesioner

Menurut Soewardikoen (2019:99), Data yang diperoleh dari analisis kuesioner ini berbentuk data kuantitatif, yang merupakan hasil dari perhitungan variabel objek penelitian dalam bentuk poin. Setiap jawaban pada pertanyaan akan dihitung dan kemudian akan muncul jawaban yang paling sering muncul serta jawaban yang kurang populer. Umumnya, unsur- unsur data ditampilkan dalam bentuk bagan (chart) seperti diagram batang, garis, atau pie chart. Setelah data hasil analisis kuesioner diperoleh, jawaban tersebut akan menjadi panduan dalam proses perancangan selanjutnya.

b. Analisis Matriks

Dalam bukunya, Soewardikoen (2019:105), disebutkan bahwa analisis matriks adalah metode untuk membandingkan data visual secara berdampingan, yang terdiri dari kolom dan baris, dan masing-masing merepresentasikan dimensi yang berbeda.

## 1.7. Kerangka Penelitian



**Gambar 1.1** Kerangka Penelitian  
(Sumber: Dokumen Pribadi)

## **1.8. Pembabakan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup permasalahan, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis serta kerangka pemikiran.

### **BAB II DASAR PEMIKIRAN**

Pada bab ini dijelaskan tentang teori-teori terkait dengan ruang lingkup permasalahan yang bertujuan untuk mendukung objektivitas penyusunan laporan penelitian.

### **BAB III PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Pada bab ini akan diuraikan pencarian data secara terstruktur yang telah diperoleh dari aspek imaji, aspek pembuat dan aspek pemirsa. Bab ini juga menguraikan tentang analisis konten visual, analisis visual, analisis matriks dan penarikan kesimpulan.

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

Bab ini merupakan bagian dari laporan yang berisi konsep dan ide-ide yang dihasilkan selama proses perancangan suatu karya, hingga pada akhirnya menghasilkan hasil perancangan yang konkret.

### **BAB V PENUTUP**

Bagian ini merupakan bagian penutup dari laporan penelitian, yang berisi rangkuman kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, bagian ini juga dapat berisi saran atau rekomendasi mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penulisan laporan penelitian, seperti penyajian data yang tepat, penggunaan metode analisis yang relevan, serta penggunaan bahasa yang jelas dan mudah dipahami.