library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id

BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

. Lampu gantung atau lampu kerek dikenal dengan sebutan yang mengacu pada lampu yang dapat dinaik turunkan atau dikatrol peninggalan pada era colonial belanda sebelum listrik masuk kenusantara.

Kerangka (Sayaplampu) dihiasi berbagai motif dan jenis model bunga, hewan, manusia dengan detail yang amat indah, dilengkapi dengan kap porcelain atau kap kaca. Keberadaan lampu-lampu hias era colonial kini semakin langka disamping karena termakan usia juga banyak yang memilih lampu-lampu bernuasa modern untuk hiasan rumah mereka yang memakainya.

CV.TUNASMUDA adalah Home industri yang bergerak dalam bidang lampu antik di wilayah Solo. Mulai dari pembuatan cetakan, pengecoran, proses sampai dengan finishing. Untuk promosi penjualan lampu antic masih minim, sehingga kurang dikenal masyarakat luas pecinta barang-barang antik.

Promosi merupakan aspek yang sangat penting dalam pemasaran.Tanpa adanya promosi, kegiatan pemasaran akan mengalami hambatan yang akan merugikan-perusahaan. Pentingnya promosi berkaitan dengan fungsinya sebagai media komunikasi yang menghubungkan antara perusahaan dengan calon pelanggannya. Aktifitas promosi ini dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, kondisi tersebut menyebabkan manusia saat ini dibanjiri oleh banyaknya produk dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan, hal ini membuktikan bahwa

persaingan saat ini semakin sulit dan perusahaan harus mampu mengkomunikasikan produknya untuk menghadapi persaingan atau bahkan memenangkan persaingan tersebut.

Promosi lampu antic juga memiliki peran yang tidak dapat dipisahkan dalam bauran pemasaran. Oleh sebab itu, setiap perusahaan melakukan promosi untuk produk tersebut harus tahu mengenai keberadaan produk yang dipasarkan. Namun mempromosikan suatu produk bukan hal yang mudah, banyak hal yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan mulai dari biaya, sasaran daripromosi, saluran yang akan digunakan, dan cara promosi pesaing.

Promosi lampu antic adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi diharapkanakan ada kenaikan angka penjualan.

Sehingga dengan demikian perlu adanya perancangan media promosi TUNASMUDA lampu antik melalui media komunikasi visual.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana merancang media promosi yang tepatuntuk "TUNAS MUDA" lampu antic melalui media Desain Komunikasi Visual(DKV) ?
2. Bagaimana merancang penempatan media promosi yang tepat untuk "TUNASMUDA" lampuantik ?

C. TUJUAN PERANCANGAN

1. Merancang media promosi yang tepat untuk "TUNASMUDA" lampu antik melalui media Desain Komunikasi Visual
2. Merancang penempatan media promosi yang menarik , kreatif, komunikatif, dan tepat untuk meningkatkan minat konsumen.