



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut penuturan Jimmy Ong, kesehatan jasmani merupakan kebutuhan mendasar setiap manusia, sebab dengan terpenuhinya kesehatan secara jasmani maka seseorang dapat melakukan semua aktivitas kesehariannya dengan baik. Olahraga *fitness* sebagai salah satu alternatif untuk membangun dan memelihara kesehatan jasmani menjadi pilihan yang efektif untuk tercapainya kebugaran fisik. Olahraga *fitness* belakangan juga menjadi semacam *lifestyle* bagi masyarakat perkotaan, sekaligus juga dapat menjadi kebutuhan untuk bersosialisasi dengan kolega dan teman.

Melihat besarnya potensi di atas, tidak sedikit para pelaku usaha yang kemudian membuka bisnis *fitness centre* dan SOSI Sport Club merupakan salah satu diantaranya. Menurut penuturan Jimmy Ong sebagai pemilik SOSI, pada tahun 2012 tercatat sejumlah 34 *fitness centre* tersebar di berbagai kawasan di Kota Bandung. Ketatnya persaingan ini, kemudian membuat masing-masing pemain dalam industri *fitness centre* beradu strategi untuk memenangkan pangsa pasar yang dituju, termasuk di dalamnya strategi promosi.

Industri *fitness centre* menjadi lahan kompetisi bagi berbagai bentuk media promosi. Sosi Sport Club merupakan *fitness centre* atau pusat kebugaran pertama di Kota Bandung. Sebagai perusahaan yang lebih dulu ada di industri ini,

tentunya perlu memiliki strategi promosi yang unggul dan optimal agar mampu bertahan serta eksistensinya tetap terjaga.

Menurut pengalaman Jimmy Ong selaku penerus Sosi, mahasiswa merupakan target utama konsumen Sosi Sport Club. Namun, setelah enam bulan sejak perpindahan lokasi dari Dago Plaza ke Balubur Town Square, target konsumen sebanyak 300 member belum kunjung terpenuhi dan cenderung menurun setiap bulannya. Pada bulan September dan Oktober, anggota member SOSI mencapai 139 orang, kemudian pada bulan November menjadi 135 orang, kemudian kembali mengalami penurunan pada bulan Desember menjadi 75 orang. Pada awal tahun dibulan Januari dan Februari member SOSI kembali mengalami kenaikan menjadi 150 orang. Promosi yang telah dilakukan selama ini, ternyata hal ini belum efektif untuk meningkatkan animo masyarakat maupun loyalitas dari pada member Sosi Sport Club sendiri. Oleh karena itu, perlu dilakukan promosi yang lebih gencar demi tercapainya target konsumen untuk Sosi Sport Club.

Dilihat dari aktivitas dan fasilitas, SOSI Sport Club merupakan tempat fitness paling komperhensif di Kota Bandung. Menyediakan lebih dari 10 aktifitas utama dan berbagai aktivitas penunjang untuk para membernya, serta lokasi yang berada ditengah kota, merupakan tempat yang sangat strategis untuk para pecinta kebugaran. SOSI Sport Club Balubur Town Square, perlu membuat perubahan dan meningkatkan aktivitas dan efektifitas promosi, agar pencapaian target tercapai. Maka dari itu, penulis akan merancang media promosi di SOSI Sport Club Balubur Town Square, dalam bentuk Tugas Akhir yang berjudul

“Perancangan Media Promosi SOSI Sport Club Balubur Town Square di Bandung“.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan, yaitu:

1. Perancangan promosi seperti apa yang dapat mengajak dan mempengaruhi *target audience* untuk menjadi anggota SOSI Sport Club ?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka terdapat batasan - batasan sebagai berikut :

Secara geografis, target konsumen adalah yang berada di wilayah Pusat Kota Bandung dan Bandung Utara. Alasan pemilihan dikarenakan kedua daerah ini dinilai sebagai pusat aktivitas masyarakat Bandung pada umumnya, keberadaan daerah perkantoran, pusat perbelanjaan, sekolah dan kampus, serta berbagai pusat aktivitas lain. Hal ini juga didukung oleh lokasi perusahaan yang cukup strategis di kawasan Bandung Utara.

Secara demografis, perusahaan berfokus pada segmentasi konsumen dengan kelompok usia 18 – 25 tahun. Kelompok usia ini, pada umumnya merupakan usia rata-rata seorang remaja, khususnya mahasiswa.

Secara psikografis, target konsumen ditetapkan dari penghasilan atau kelas sosial menengah ke atas.

Media yang akan dipakai untuk dapat menarik target audience adalah brosur / booklet, poster sebagai media utama dengan penyebaran di lingkungan target audience seperti Balubur Town Square dan lingkungan kampus. Media pendukung berupa *x-Banner*.

Batasan perancangan promosi SOSI Sport Club diarahkan untuk memberikan informasi kelengkapan SOSI Sport Club dengan aktivitas utamanya, berupa *Physical Fitness, Shaping, Weight Gaining, Bodybuilding, Strength Training* (penunjang olahraga prestasi), Rehabilitasi medik & pemulihan cedera, *Aerobic, Mixed Martial Art, Muay Thai, Zumba Dance, Tae Kwon Do*, dan *Pilates*.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan yang hendak dicapai dalam perancangan tugas akhir ini yaitu mempengaruhi target audiens untuk menjadi anggota SOSI Sport.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan secara pribadi melalui studi perbandingan teori yang didapat di perkuliahan dengan aplikasi keadaan nyata.

2. Bagi UMN

Sebagai bahan masukan tentang perancangan media promosi SOSI Sport Club.

3. Bagi Perusahaan

Memberikan usulan desain bagi SOSI Sport Club, agar menerapkan media promosi yang lebih sesuai dengan target konsumen untuk meningkatkan jumlah raihan anggota baru dan mencapai target total anggota. Memberikan informasi dengan desain pada media promosi terkait sehingga dapat mendatangkan konsumen sesuai target yang ingin dicapai.

1.6. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Dengan observasi langsung ke SOSI Sport Club guna untuk mengumpulkan data-data mengenai Sosi Sport Club.

2. Studi Kepustakaan

Mengumpulkan data - data dengan melakukan studi kepustakaan yang diambil dari buku - buku atau referensi yang berhubungan dengan pokok pembahasan. Berkaitan dengan media yang dipakai.

3. Wawancara

Wawancara dengan Jimmy Ong selaku pemilik dan pengelola perusahaan.

1.7. Metode Perancangan

Menjelaskan bagaimana tahapan perancangan yang akan dilakukan yaitu suatu proses berpikir sistematis dalam menyelesaikan suatu permasalahan untuk mendapatkan hasil yang maksimal sesuai dengan tujuan perancangan yang ditentukan. Penjelasan dijabarkan mulai kegiatan awal rangkaian kegiatan dalam proses pembuatan, metode dan konsep kreatif apa yang digunakan, sampai tahapan desain akhir yang akan dibuat. (Gunakan metodologi desain).

1.8. Skematika Perancangan

Skematika perancangan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas secara mendalam alasan atau latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas secara mendalam tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun teori-teori yang dipakai seperti Teori Desain, meliputi elemen desain, prinsip desain, teori tipografi, teori layout. Teori Media, meliputi media lini atas, media lini bawah, dan media lini tengah.

BAB III Metodologi dan Analisis Data

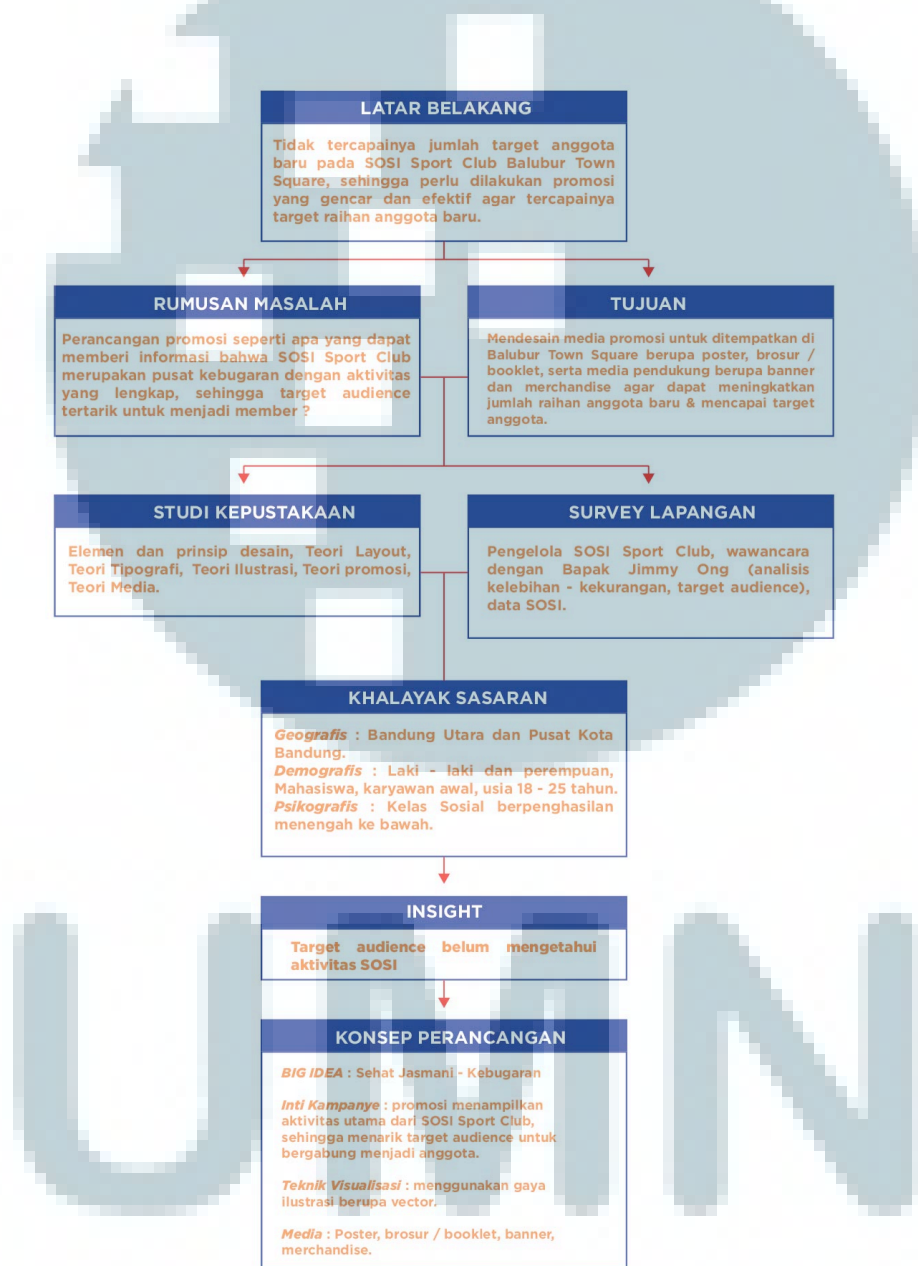
Bab ini menguraikan tentang gambaran umum penelitian, yaitu seluk beluk Sosi Sport Club, konsep dasar perancangan, skema proses perancangan, hingga strategi kreatif yang selanjutnya akan dijadikan dasar dalam perancangan media promosi.

BAB IV Perancangan Karya

Bab ini akan membahas pengembangan konsep penyelesaian masalah dan aplikasi kreatif yang ditawarkan untuk menjawab rumusan masalah yang ada, serta analisis dari desain tersebut. Visualisasi desain yang telah dibuat dalam bentuk gambar akan dijelaskan dalam bentuk uraian atau keterangan.

BAB V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan yang diambil berdasarkan uraian yang ditemukan pada bab-bab sebelumnya, serta saran-saran yang diberikan untuk meningkatkan kinerja dan perkembangan Sosi Sport Club yang akan mendatang.



Gambar 1.1. Skematika Perancangan