



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

Olahraga merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan manusia. Menurut Jayawardana (2010), bahwa olahraga merupakan aktifitas yang bertujuan untuk kepentingan kesehatan sesuai dengan kemampuan manusia, yang dapat dilatih dan dikembangkan. Sedangkan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) merupakan suatu aktivitas gerak badan yang bertujuan untuk kesehatan dan memperkuat otot. Terdapat beberapa manfaat olahraga yang dikemukakan oleh Landers (professor pendidikan asal Arizona State University, 2010), yaitu dapat meningkatkan kemampuan otak, menghambat proses penuan, mengurangi stress, meningkatkan daya tahan tubuh, dan meningkatkan kepercayaan diri. Oleh karena itu, olahraga merupakan salah satu aktifitas yang harus dilakukan demi menjaga kesehatan badan sekaligus dapat menyenangkan baik dari segi psikologis, maupun sosiologis.

Seperti halnya kebutuhan berolahraga, kepentingan dengan pakaian yang digunakan pada saat olahraga pun menjadi hal yang penting dalam aktivitas tersebut. Terlebih lagi pakaian tersebut memiliki berbagai keunggulan dan teknologi yang canggih demi mendukung aktifitas dalam berolahraga ketika digunakan, salah satunya adalah *baselayer*. *Baselayer* merupakan salah satu jenis pakaian olahraga berbahan dasar *microfiber synthetic*. Bahan tersebut memiliki keunggulan tahan air, tahan asam, elastis, memberikan rasa hangat, serta dapat

melindungi kulit dari material kecil yang dapat melukai kulit pada saat berolahraga. Dengan keunggulan yang dimiliki oleh *microfiber synthetic*, maka bahan ini pun menjadi bahan utama dalam pembuatan pakaian jenis *baselayer*. Hal ini lah yang membuat salah satu produsen pakaian olahraga asal Bandung, Jawa Barat yaitu TIENTO. Tiento berdiri pada tahun 2013, ditemukan oleh Muhammad Haykal dan Zulfakri Hendra dengan mengusung produk pakaian olahraga, salah satu produk unggulan Tiento jenis *baselayer*. Berlokasi di Jl. Swadharma No. 46. Komplek BNI, Terusan Buahbatu. Kel. Batunuggal, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Tiento muncul sebagai *brand* lokal yang meluncurkan berbagai jenis pakaian olahraga dengan tipe *baselayer* yang masih sulit dicari di Indonesia saat ini. Jika ada, harga yang ditawarkan untuk produk ini sangat mahal, karena berasal dari merek luar negeri.

Alasan itulah yang mendasari Tiento untuk mengawali bisnisnya dibidang pakaian olahraga jenis *baselayer suit* dengan harga yang terjangkau dan memiliki kelebihan yang ditawarkan bagi pecinta olahraga, maupun atlit professional. Bahkan, pesaing utama bagi Tiento adalah *Elastico7* yang memproduksi pakaian jenis *baselayer suit*. Bahkan, *Elastico7* sudah menjadi *brand ambassador* bagi tim-tim sepakbola besar di Indonesia seperti Arema FC, Persib, dan lainnya. Namun sangat disayangkan, Tiento ini belum melakukan iklan secara baik untuk mengenalkan dirinya kepada masyarakat. Dikarenakan banyak dari masyarakat yang tidak mengenal bahwa produk yang dijual Tiento merupakan produk pakaian olahraga jenis *baselayer*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, kebanyakan responden tidak mengenal Tiento, namun secara identitas

logo Tiento dapat dikenal oleh responden sebagai produk olahraga. Akan tetapi responden tidak mengetahui produk olahraga yang dijual Tiento merupakan produk jenis *baselayer*. Padahal produk yang menjadi unggulan dari Tiento adalah *baselayer suit*. Terlebih lagi, Tiento dapat menjadi potensi dalam persaingan produk pakaian olahraga jenis *baselayer suit* buatan Indonesia yang kualitasnya dapat disetarakan dengan produk pakaian olahraga jenis *baselayer suit* buatan luar negeri. Karena alasan tersebut, maka penulis memiliki acuan dalam merancangan *advertising campaign* untuk *brand* Tiento sebagai merek dengan produk pakaian olahraga jenis *baselayer suit*.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana mengkomunikasikan keunggulan produk Tiento melalui *advertising campaign*.
2. Bagaimana merancang visualisasi *advertising campaign* produk Tiento menurut keunggulannya.

1.3. Batasan Masalah

Ruang lingkup pembahasan tugas akhir ini akan dibatasi pada:

1. Segmentasi

a) Demografis:

- Jenis kelamin: Pria dan Wanita
- Ekonomi: Ses B - BC - C
- Usia: 20-35 Tahun

b) Geografis: *Urban* dan *sub-urban*, yaitu kota-kota besar di Indonesia, terutama di Jakarta, Tangerang, dan Bandung.

c) Psikografis:

- Gaya hidup: Perkotaan
- Aktivitas: kerja kantoran, mahasiswa, maupun atlet olahraga.
- Ketertarikan: olahraga, kesehatan dan pembentukan tubuh.

2. Target

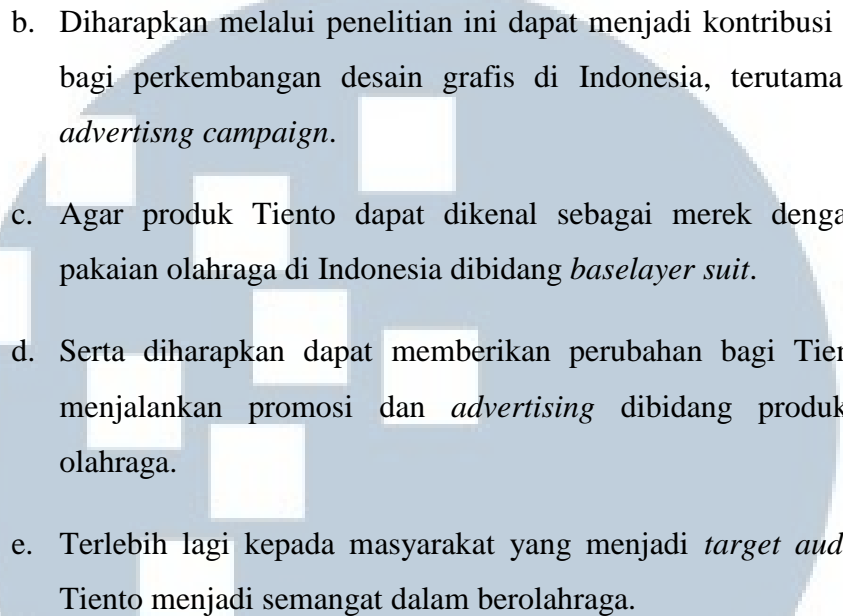
- Masyarakat perkotaan yang menyukai olahraga, baik untuk menjaga kesehatan, menjaga bentuk tubuh, maupun atlet profesional.
- Seseorang yang kurang percaya diri dalam berolahraga karena memiliki bentuk tubuh yang kurang ideal.
- Seseorang yang memiliki permasalahan dengan tubuh yang gemuk, serta malas dalam aktivitas olahraga.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Mengetahui bagaimana proses yang dapat diterapkan oleh Tiento pakaian olahraga dalam bidang *advertising campaign*.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

- a. Diharapkan melalui penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi atau bahan untuk menambah wawasan serta pemikiran bagi penulis serta untuk menyusun Tugas Akhir yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Srata 1 Desain Grafis Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.

- 
- b. Diharapkan melalui penelitian ini dapat menjadi kontribusi pemikiran bagi perkembangan desain grafis di Indonesia, terutama dibidang *advertisng campaign*.
 - c. Agar produk Tiento dapat dikenal sebagai merek dengan produk pakaian olahraga di Indonesia dibidang *baselayer suit*.
 - d. Serta diharapkan dapat memberikan perubahan bagi Tiento dalam menjalankan promosi dan *advertising* dibidang produk pakaian olahraga.
 - e. Terlebih lagi kepada masyarakat yang menjadi *target audience* dari Tiento menjadi semangat dalam berolahraga.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA