

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam menjalankan bisnis, tentunya kita perlu untuk melakukan promosi untuk meningkatkan *awareness* tentang bisnis kita kepada target audiens. Meningkatkan *awareness* dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti membuat iklan, kampanye, promo penjualan, atau membagikan materi promosi.

Materi promosi ini juga bisa disebut kolateral yang terdiri dari berbagai macam format cetak. Beberapa contohnya adalah poster, brosur, pamflet, dan *leaflet*. Terdapat juga materi promosi dalam rupa video. Setiap format ini dibuat agar saling melengkapi proses promosi, dengan keunggulan dan fungsi masing – masing.

Video dapat didefinisikan sebagai alat yang dapat menunjukkan proses, memberikan informasi, mengajarkan keterampilan, mendorong sikap, mempersingkat atau memperlambat waktu, dan mengungkapkan ide-ide yang rumit (Kustandi, M.Pd & Darmawan, M.Si, 2020).

Poster adalah sistem penyampaian pesan yang dapat memberi informasi, mengedukasi, atau menginspirasi, terlepas dari lokasi mereka ditemukan seperti di tempat umum, galeri seni, di internet, ataupun di museum. Poster menjadi jendela dunia kita melalui kesadaran kolektif. (Laserow & Delgado, 2020) *“Regardless of differences, posters are meaningful to viewers because they frequently draw on images from popular culture and express the living habits of people. As such, the messages in posters reveal how public health educators and activists see themselves and their audiences, and how they conceptualise disease and define normal behaviour”* (Hossain et. al., 2003).

Poster memiliki fungsi sebagai media untuk menyampaikan pesan, mempromosikan suatu barang atau jasa, dan membuat audiens pembaca tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai apa yang disampaikan poster tersebut. Poster berisi gambar dan pesan yang ditata dengan kreatif agar dapat menarik

perhatian pembaca, serta mengarahkan fokus pandangan pembaca sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

Brosur merupakan salah satu alat pemasaran yang membantu para pelaku usaha untuk menginformasikan produk atau jasanya kepada para konsumen melalui selebaran. Biasanya brosur memuat isi berupa tulisan dan gambar yang dikemas dengan bentuk desain menarik, sehingga berhasil membuat calon konsumen semakin berminat dengan produk atau jasa yang ditawarkan (R, 2017). Brosur memiliki fungsi sebagai iklan, sebagai sumber informasi mengenai produk atau organisasi yang sedang diiklankan, dan sebagai tanda pengenalan produk/organsisasi tersebut karena keseragaman dalam konsep desain dan penyampaian pesan.

Pamflet adalah salah satu media promosi yang praktis karena cara penulisannya singkat, jelas, dan padat sehingga mudah untuk dipahami. Pamflet biasa berisi kalimat yang bersifat persuasif dan gambar supaya lebih menarik (Agustina, et al., 2022). Pamflet sendiri sering digunakan untuk memberikan informasi kepada pembaca, mempromosikan produk atau jasa dari suatu perusahaan, dan menarik perhatian pembaca. Pamflet memiliki beberapa keunggulan yaitu media promosi yang *cost friendly*, bisa meningkatkan *awareness*, dan bisa memberikan informasi lengkap. Pamflet juga bersifat fleksibel, sehingga bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan berbagai macam informasi, seperti promosi acara budaya, pengumuman dari pemerintahan, hingga mempromosikan produk atau jasa, seperti jasa *personal training* di Arca Gym.

Arca Gym dibuka dengan set peralatan yang lengkap dan multifungsi, serta menghadirkan suasana nyaman untuk semua member. Arca Gym sendiri memiliki sebuah *Unique Selling Point (USP)* yaitu latihan *Circuit Training* dimana serangkaian variasi latihan dilakukan oleh beberapa member yang akan dilakukan secara bergilir.

Selama perjalanan Arca Gym, dari buka hingga saat ini tentunya berbagai jenis member yang dapat ditemukan. Selama proses latihan, member yang dapat berlatih dengan konsisten mendapatkan hasil yang memuaskan atau progress

signifikan karena selain diarahkan mengenai cara menggunakan peralatan, juga diberikan advis mengenai nutrisi yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan member.

Arca Gym membutuhkan product profile ini karena perlu memperbarui materi promosi yang dapat bantu meningkatkan awareness masyarakat mengenai Arca Gym dan memicu audiens untuk *take action* bergabung bersama Arca Gym. Arca Gym memilih momen ini untuk lebih gencar dalam mempromosikan diri karena melihat meningkatnya jumlah peminat terhadap nge-gym.

Pemilik Arca Gym dan Personal trainer menyatakan bahwa dalam materi promosi yang akan dibuat kali ini ingin memuat beberapa poin utama, yaitu:

- Semua member dapat mencapai fitness goals mereka, baik dari gemuk ke kurus, dan atau sebaliknya.
- Mencapai fisik yang bagus tidak harus mengeluarkan biaya yang mahal, ingin menekankan bahwa dengan harga terjangkau pun bisa.
- Arca Gym walaupun terhitung sebagai gym yang lebih kecil, suasananya nyaman dan rasa kekeluargaannya kuat. Komunitas yang sudah dibangun selama ini positif dan saling mendukung.

Layanan *personal training* ini dapat ditemukan di Arca Gym, dengan *personal trainer* yang memiliki pengalaman dan sertifikasi yang mumpuni. Arca Gym merupakan gym yang dikelola secara langsung oleh pemilik sehingga mengutamakan kekeluargaan dan pendekatan lebih *personal* dalam latihan. Arca Gym ini didirikan pada 16 Mei 2016 karena pemilik mempunyai pengalaman dalam bidang olahraga, khususnya dunia gym, serta bersertifikasi. Arca Gym juga dibangun karena melihat adanya kebutuhan akan sarana olahraga di tengah pemukiman yang juga sedang berkembang. Arca Gym juga terletak di jalan utama yang mana dapat diakses dari berbagai arah, sehingga banyak masyarakat dapat mengunjungi dengan mudah, tidak hanya khusus untuk warga perumahan saja.

1.1 Tujuan Karya

Melihat isu *fitness* mengalami peningkatan dalam peminatnya, penulis melihat ada keperluan untuk membuat karya ini agar pembaca mendapatkan informasi yang tepat, dan mematahkan miskonsepsi mengenai *fitness* agar masyarakat dapat memulai *fitness journey* mereka dengan benar. Oleh karena itu, tugas akhir ini dibuat dengan tujuan memperkenalkan layanan *Personal Training* dari *Arca Gym* yang dapat membantu member dalam mencapai *fitness goals* yang diinginkan.

1.2 Manfaat Karya

Karya ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan. Manfaat karya ini adalah untuk mengarahkan audiens untuk memanfaatkan layanan *Personal Training* di *Arca Gym* agar bisa mencapai *fitness goals* yang diinginkan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA