

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sekolah sepak bola di Indonesia sudah semakin berkembang pesat di Indonesia dan jumlahnya juga semakin banyak di berbagai daerah. Pada Kabupaten Tangerang, sudah ada berbagai sekolah sepak bola seperti SSB Serpong Jaya, SSB Indonesia Muda, SSB Rajeg FC, dan SSB Beringin Putra. Dengan semakin berkembangnya jumlah sekolah sepak bola di Indonesia khususnya di Kabupaten Tangerang, tentunya ini akan menjadi masalah untuk sekolah sepak bola dengan semakin banyaknya pesaing yang ada dan bermunculan.

SSB Beringin Putra merupakan sekolah sepak bola yang berdiri sejak tahun 2000 dan terletak di daerah Sukasari lapangan kompleks Pengayoman, Tangerang. SSB Beringin Putra memiliki struktur pembinaan anak dalam sepak bola dari usia 5 tahun hingga 12 tahun. SSB Beringin Putra memiliki tujuan untuk mengembangkan keterampilan sepak bola dan potensi pemain muda dari Kabupaten Tangerang dengan bimbingan pelatih-pelatih yang mempunyai pengalaman dan berlisensi. Sekolah sepak bola ini juga memiliki fasilitas yang cukup lengkap seperti dari peralatan untuk berlatih, *jersey* bola, dan alat medis yang lengkap. SSB Beringin Putra juga memiliki koneksi dengan beberapa sekolah sepak bola lainnya, salah satu contoh besarnya adalah dengan Persija Jakarta junior. Selain itu, SSB Beringin Putra sudah banyak mengikuti turnamen dan liga dari berbagai macam kelompok usia, mulai dari kelompok usia 7 hingga 15 tahun. Walaupun memiliki program dan pelatihan yang baik, sekolah ini masih belum dapat mencapai pontesi sepenuhnya.

SSB Beringin Putra memiliki peluang dan potensi yang baik di bidang pembinaan sepak bola sejak usia muda dan sebagai salah satu sekolah sepak bola terbaik di wilayah sekitarnya. Namun, hal ini masih kurang didukung dari

promosi yang kurang baik di media promosi dan informasi sehingga sekolah sepak bola ini masih kurang diketahui oleh masyarakat di luar wilayah sekolah ini dan tidak adanya peningkatan yang signifikan dalam jumlah pendaftaran siswa baru. Berdasarkan wawancara penulis dengan pemilik SSB Beringin Putra, promosi yang dilakukan selama ini oleh sekolah pada media sosial masih kurang dan jarang dilakukan. Selama ini SSB hanya mengandalkan proses pemasaran dari mulut ke mulut sehingga sebagian besar yang mendaftar di sekolah ini hanya warga sekitar yang tinggal dekat sekolah ini. Jadi, kurangnya penggunaan media promosi menyebabkan program dan kualitas dari SSB Beringin Putra ini kurang diketahui dari calon siswa dan orang tua siswa di luar wilayah sekolah ini dan dapat menghambat pertumbuhan sekolah sepak bola ini.

Dengan semakin banyaknya pilihan sekolah sepak bola di Indonesia khususnya di Tangerang, tentunya sekolah sepak bola harus bisa bersaing contohnya dalam strategi dan media promosi. Menurut Shinta (2011 : 121) dalam buku *Manajemen Pemasaran*, tujuan dari diadakannya sebuah promosi adalah untuk memberikan informasi tentang adanya produk atau jasa dan membujuk untuk menjadikan sebuah produk atau jasa sebagai pilihan konsumen. Tentunya, dengan adanya promosi yang baik akan berdampak baik untuk perusahaan atau sekolah seperti SSB Beringin Putra. Oleh karena itu, dengan adanya promosi yang baik tentunya dapat membantu dan menguntungkan SSB Beringin Putra untuk menjangkau lebih banyak target pasar yang dituju, meningkatkan ketertarikan para target konsumen, dan meningkatkan kompetivitas sekolah untuk dapat bersaing lebih baik dengan sekolah sepak bola lainnya.

Berdasarkan hasil pembahasan di atas tentang masalah dan urgensi dari SSB Beringin Putra, promosi yang baik dan efektif pun dibutuhkan agar SSB Beringin Putra bisa menjangkau lebih banyak target pasar di Indonesia khususnya Kabupaten Tangerang. Oleh karena itu, penulis mengajukan *Perancangan Promosi Sekolah Sepak Bola Beringin Putra di Tangerang*. Penulis mengajukan untuk membuat dan merancang promosi yang efektif melalui desain promosi di berbagai media atau platform yang sudah ada. Penulis harap dengan adanya

perancangan ini dapat meningkatkan *brand awareness/interest* dan dapat mengoptimalkan pengembangan bakat sepak bola di Indonesia khususnya di Kabupaten Tangerang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang akan diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang promosi yang tepat untuk Sekolah Sepak Bola Beringin Putra?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka batasan masalah yang dibuat adalah sebagai berikut:

1.1.1. Target sasaran

Orang-orang yang masih dalam pendidikan tingkat TK-SMP dengan bakat atau hobi sepak bola/olahraga.

1.1.2. Target

a. Demografis

- 1) Jenis Kelamin: Pria dan Perempuan (Primer), Pria (Sekunder)
- 2) Usia: 30-50 tahun (Primer), 5-12 tahun (Sekunder)
- 3) Pendidikan: SMA/S1 (Primer), TK-SMP (Sekunder)
- 4) Golongan: Semua ras, suku, dan agama
- 5) Status ekonomi: Menengah ke bawah (SES B-C)

b. Geografis

Kabupaten Tangerang

c. Psikografis

- 1) Anak yang bercita-cita dan bermimpi untuk menjadi pemain sepak bola
- 2) Anak yang ingin mengasah *skill* sepak bolanya
- 3) Orang tua yang ingin bakat sepak bola anaknya lebih terasah dan tersalurkan melalui pendidikan non formal
- 4) Orang tua yang ingin anaknya memiliki kegiatan olahraga

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang promosi yang tepat dan efektif untuk Sekolah Sepak Bola Beringin Putra di Tangerang.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat yang didapatkan dari perancangan promosi sekolah sepak bola beringin putra adalah:

1. Bagi Penulis
Memberikan kesempatan penulis/mahasiswa untuk memanfaatkan ilmu pengetahuan, teknologi, mengasah *soft skill*, dan keterampilan yang dimiliki
2. Bagi Sekolah Sepak Bola Beringin Putra
Dengan adanya perancangan promosi yang sudah dibuat penulis diharapkan bisa meningkatkan *brand awareness*/ dan *interest* dari calon siswa dan orang tua siswa sekolah sepak bola ini
3. Bagi Universitas
Diharapkan laporan tugas akhir ini bisa dijadikan dokumen yang dapat dijadikan referensi terkait promosi dan menjadi tolak ukur di dalam bidang desain grafis

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA