

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Muaythai merupakan salah satu cabang olahraga bela diri yang berasal dari Thailand. Tidak hanya berfokus pada kebugaran fisik, Muaythai juga menanamkan nilai-nilai disiplin, sportivitas, dan kepercayaan diri yang berkontribusi pada terciptanya masyarakat yang lebih aman (Hasnan dkk., 2019). Latihan Muaythai dapat mengembangkan kesejahteraan fisik, sosial, dan mental, serta berdampak positif pada kebugaran jasmani (Wandee dkk., 2023). Tangerang Muaythai Dojo Karawaci (Dojo Karawaci), didirikan pada tahun 2016, sasana ini memiliki potensi untuk menjadi pusat pelatihan Muaythai terkemuka. Beberapa *unique selling point* yang dimiliki Dojo Karawaci adalah program pelatihan yang beragam, pelatih yang bersertifikasi, fasilitas lengkap, dan prestasi dalam menyalurkan atlet ke tingkat profesional.

Dojo Karawaci menghadapi tantangan dalam meningkatkan *brand awareness* dan menjangkau calon anggota, Dojo Karawaci juga menghadapi masalah menurunnya jumlah member aktif setiap bulannya. Kemudian masalah desain dari Dojo Karawaci juga hanya menggunakan media promosi instagram dan spanduk saja, hal ini membuat Dojo Karawaci kesulitan dalam menarik perhatian calon anggota baru, kemudian pernyataan ini juga didukung oleh hasil kuesioner yang mengatakan bahwa 68.8% dari 93 responden setuju bahwa Dojo Karawaci kurang aktif dalam mempromosikan dan menyertakan informasi pada media sosialnya sehingga sulit untuk menarik perhatian calon anggota baru, dan 78.5% responden setuju bahwa *website* dapat menjadi sarana media promosi yang efektif.

Perancangan situs web akan menjadi sebuah solusi yang dapat meningkatkan *brand awareness* Dojo Karawaci, dikarenakan situs web akan tetap aktif selama 24 jam tanpa henti, dan dapat memudahkan pengguna dalam mencari informasi terkait Dojo Karawaci secara lengkap seperti jadwal latihan, daftar harga,

sejarah, variasi kelas dan lain sebagainya hal ini tentu akan memudahkan calon anggota dalam mencari informasi yang dibutuhkan dengan lebih mudah dan lengkap (Martini dkk., 2022).

Perancangan ini dilakukan karena memiliki *brand awareness* yang kuat sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan mendukung Dojo Karawaci dalam mencapai tujuan yang di inginkan. Dengan merancang situs web, diharapkan Dojo Karawaci dapat meningkatkan *brand awareness*, dan semakin menambah jumlah anggota baru, dikutip dari studi (Panja dkk., 2023) membuat desain informasi dalam platform situs web, dapat meningkatkan minat dari *customer* terhadap jasa ataupun produk yang ditawarkan, sehingga para pelaku bisnis dapat meningkatkan jumlah *customer* secara signifikan, karena platform situs web dalam hal promosi jasa ataupun produk akan terlihat jauh lebih menarik dengan tampilan yang interaktif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan seluruh informasi yang sudah penulis jabarkan dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari Dojo Karawaci adalah bagaimana perancangan *website* promosi Tangerang Muaythai Dojo Karawaci yang efektif?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini akan berfokus pada perancangan situs web yang efektif serta penerapan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan *brand awareness* Dojo Karawaci. Perancangan situs web ini ditujukan untuk masyarakat sekitar Karawaci, khususnya yang berusia antara 13-19 tahun dengan Status Ekonomi Sosial (SES) B hingga A, yang tertarik mempelajari seni bela diri, terutama Muaythai, di Dojo Karawaci. Fokus dari perancangan situs ini adalah menyajikan informasi yang efektif mengenai program pelatihan, pencapaian *brand*, dan fasilitas yang tersedia, serta menerapkan strategi pemasaran digital seperti *Search Engine Optimization* (SEO), pemasaran digital, dan media sosial yang didasarkan pada teori dalam buku *Digital Marketing All-in-One For Dummies* untuk meningkatkan *brand awareness* Dojo

Karawaci. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai dasar strategi perancangan desain.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir yang penulis buat ini adalah merancang situs web untuk meningkatkan *brand awareness* Dojo Karawaci, dan memperkuat eksistensi *brand image* dari Dojo Karawaci.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Tugas akhir perancangan *website* promosi Tangerang Muaythai Dojo Karawaci memiliki manfaat teoritis dan manfaat praktis, kedua manfaat ini dapat dirasakan oleh ilmuwan, akademisi, dan *brand* Dojo Karawaci.

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan model atau kerangka kerja strategi pemasaran digital yang lebih spesifik dan relevan untuk UMKM di bidang jasa olahraga, khususnya seni bela diri.

2. Manfaat Praktis:

Meningkatkan daya saing Dojo Karawaci, dengan cara menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat, sehingga diharapkan Dojo Karawaci dapat lebih menonjol di antara pesaingnya dan menarik lebih banyak anggota baru.