

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sepeda merupakan sarana transportasi yang sekarang ini sedang menjadi tren bagi kaum muda, dan kaum dewasa. Dikarenakan dengan bersepeda dapat bermanfaat bagi kesehatan. Oleh karena itu, masyarakat mulai menjadikan sepeda suatu hobi dan *lifestyle*.

Komunitas adalah sekelompok orang dari berbagai kalangan, yang memiliki ketertarikan dan hobi sama. Komunitas sepeda sendiri dibagi menjadi berbagai kelompok berdasarkan tipe sepedanya, diantaranya adalah komunitas sepeda BMX, Fixie, MTB, sepeda lipat, dan onthel. Komunitas sepeda ini sudah banyak tersebar di seluruh Indonesia terutama di Bandung sendiri. Berdasarkan survey komunitas sepeda tersebar diberbagai tempat di kota Bandung. Komunitas *fixie* berkumpul di Jalan Diponegoro seberang gedung sate, sedangkan untuk komunitas *fixie trick* suka berkumpul bersama anggotanya yang bertempat di Jalan raya Soerang dilapangan parkir walikota Bandung.

Komunitas BMX selalu berkumpul bersama anggotanya di belakang lapangan STAMP Riau dan pada lapangan Skate Park di jalan Sariwangi. Untuk komunitas MTB Bandung suka berkumpul di jalan Punclut dan pada daerah Babakan Siliwangi. Komunitas sepeda diatas, setiap hari minggu mereka bermain di daerah Dago, dikarenakan daerah tersebut merupakan kawasan *car free day*. Komunitas sepeda memanfaatkan kesempatan *car free day* tersebut, untuk berinteraksi antara komunitas satu dengan komunitas lain.

Kawasan Ir.H Juanda atau yang biasa kita kenal dengan Dago merupakan kawasan tempat berkumpulnya kaum muda, dikarenakan kawasan tersebut terdapat banyak *factory outlet* serta *cafe* tempat untuk mereka bersantai. *Cafe* di daerah Dago

menyediakan berbagai macam konsep, dan hiburan yang menarik, contohnya adalah cafe lawang wangi yang merupakan cafe art gallery.

Bikesystem adalah tempat yang menjual aksesoris sepeda yang berlokasi di jalan Ir. H. Juanda no 342A. Komunitas MTB setelah selesai menyayuh sepedanya di kawasan Dago mereka selalu datang ke Bikesystem untuk memeriksa kondisi sepedanya, serta untuk beristirahat sejenak. Bikesystem setiap hari kamis dari pukul 10:00 sampai 14:00 penunjunnya sangat sepi, dan pada hari sabtu dan minggu banyak pengunjung yang membeli aksesoris sepeda.

Dengan adanya perancangan *branding* terhadap Bikesystem yang merupakan tempat jual aksesoris sepeda yang dapat meng"*upgrade*" sepeda, menjadi sebuah cafe *three in one* yaitu cafe yang dapat menjual aksesoris sepeda dan tempat bengkel . Perancangan tersebut dapat bertujuan agar dapat ramai dengan pengunjung pada hari-hari biasa,tidah hanya pada *weekend* saja, serta untuk yang sedang memperbaiki sepeda di Bikesytem tidak merasa bosan saat menunggu.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

1. Bagaimana melakukan *branding* Bikesystem, menjadi bengkel yang nyaman agar memiliki *brand* yang komunikatif dan menarik secara visual?
2. Bagaimana menciptakan *Awareness* Bikesystem kepada masyarakat?

## **1.3 Tujuan Perancangan**

1. Untuk memperlihatkan bahwa Bikesystem merupakan bengkel sekaligus tempat menjual aksesoris sepeda, dan serta merupakan tempat untuk makan dan minum. Sehingga pada hari-hari biasa banyak pengunjung yang datang kesana.
2. Mengajak masyarakat yang menyukai hobi bersepeda agar mendapatkan hiburan yang menarik dengan " *Nongkrong*" di Bikesystem. Serta dapat memberikan

informasi kepada masyarakat awam yang tentang gaya hidup sehat dengan bersepeda.

#### **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

Dalam menyusun karya tulis ilmiah ini, metode perolehan dan pengolahan data yang digunakan adalah:

##### **1. Literatur / Studi Pustaka**

Metode ini mengumpulkan data atau bahan yang bersangkutan, yaitu buku - buku yang berkenan dengan strategi promosi, *branding*. Studi pustaka ini juga dilakukan dengan mengambil informasi dari internet sebagai bahan penunjang dan pelengkap tugas akhir.

##### **2. Wawancara**

Wawancara dilakukan langsung pada orang yang hobi bermain sepeda dan pemilik cafe.

##### **3. Observasi**

Mencari data dengan terjun langsung kelokasi penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan sesuai dengan masalah yang diajukan

##### **4. Kuesioner**

Kuesioner disebarkan kepada responden yang merupakan target promosi ini untuk mengetahui apakah responden menyukai "*nongkrong*" dicafe.

## 1.5 Skema Perancangan

