

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI ALPINA OUTDOOR SPORT DI KOTA BANDUNG

Oleh

Agung Surya Sularso

1264092

Outdoor Sport merupakan kegiatan olah raga di alam. Salah satu contoh *outdoor sport* adalah hiking. Kegiatan ini memiliki banyak manfaat seperti rekreasi, menambah ilmu, menciptakan relasi yang lebih luas, melatih mental dan juga untuk kesehatan fisik. Dalam kegiatannya diperlukan peralatan seperti air minum, perbekalan, pakaian, tenda, pasak, dan peralatan lainnya. Untuk memenuhi keperluannya terdapat *brand* produsen perlatan *outdoor sport* lokal asal Bandung bernama Alpina.

Alpina sudah berdiri sejak tahun 1985, namun masih banyak masyarakat kota Bandung yang tidak mengetahui keberadaan Alpina dipasaran. Sedangkan peminat kegiatan *hiking* kebanyakan merupakan anak muda dari SMA hingga kuliah dan pekerja swasta. Masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui *brand* ini dikarenakan kurangnya promosi terpadu yang dilakukan.

Maka dari itu sebagai tujuan dari tugas akhir ini untuk merancang kegiatan promosi produk Alpina agar dapat diketahui masyarakat kota Bandung. Kegiatan promosi berupa informasi keunggulan kualitas produk Alpina dengan konsep komunikasi secara langsung melalui *event* sebagai media utama disertai dengan penawaran pinjaman produk dari Alpina sekaligus demo produk dan didukung dengan media cetak spanduk, poster, media sosial, website, web banner, video. Promosi ini ditujukan kepada anak muda pencinta kegiatan alam dikota Bandung.

Kata Kunci : *outdoor sport*, kualitas, anak muda

ABSTRACT

PROMOTION PLAN DESIGN FOR ALPINA'S OUTDOOR SPORT IN BANDUNG

Submitted by

Agung Surya Sularso

NRP 1264092

Outdoor Sport is an activity that is done in nature. One of the examples of outdoor sport is hiking. This activity have many benefits such as recreation, ,making new relations, mental training, and also physical wellness. For the activity we need equipments, such as flasks, ration, clothes, tents, wooden poles, and etc. We can find all of the equipments we need in a Bandung-based Outdoor Sport Shop called Alpina.

Alpina was founded in 1985, but despite the company existing since 1985, there are many people in Bandung that don't have any idea about Alpina's presence in the market. This nescience is caused by the lack of promotion done by Alpina itself. Many hiking enthusiasts are still in high school or even college. There are also enthusiasts whose job are private employees.

Therefore, this final assignment is designed to promote Alpina's products so that more people in Bandung will be aware of it. The promotion consists of information about Alpina's product's quality advantage over its rival products. With the concept of direct communication through an event as the main media with the chance to rent a product from Alpina as well as a demo for said product. Other medias such as posters, banners, web banners, social media, websites, and videos are used to promote Alpina's products as well. This promotion is directed at young people in Bandung who loves outdoor activities.

Keyword: outdoor sport, quality, young people

Daftar isi

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	5
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Teori Promosi.....	6
2.1.1 Pengertian Promosi.....	6

2.1.2	Tujuan Promosi.....	7
2.1.3	Media Promosi.....	9
2.1.4	Bauran Promosi.....	9
2.2	Teori Fotografi Komersil.....	10
2.3	Outdoor Lifestyle.....	11
2.4	Teori Outdoor Sport.....	12
2.4.1	Pengertian Outdoor Sport.....	12
2.4.2	Packing.....	13
2.1.3	Tujuan Outdoor Sport.....	14
BAB 3	DATA dan ANALISIS.....	20
3.1	Data dan Fakta.....	20
3.1.1	Profil Perusahaan.....	20
3.1.2	Data Wawancara dan Observasi.....	23
3.1.3	Data Kuisisioner.....	26
3.1.4	Permasalahan.....	31
3.1.5	Tinjauan Proyek Sejenis.....	32

BAB 4 PEMECAHAN MASALAH.....	40
4.1 Konsep Komunikas.....	40
4.2 Konsep Kreative.....	41
4.2.1 Fotografi dan Videografi.....	41
4.2.2 Tipografi.....	41
4.2.3 Warna.....	42
4.3 Konsep Media.....	43
4.3.1 Event.....	44
4.3.2 Media Elektronik.....	44
4.3.3 Media Cetak.....	45
4.3.4 Booth.....	47
4.3.5 Video.....	47
4.3.6 Timeline.....	48
4.4 Hasil Karya.....	49
4.4.1 Aplikasi Terhadap Media.....	49
4.5 Budgeting.....	60
BAB 5 PENUTUP.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62

DAFTAR

LAMPIRAN.....63



Daftar Gambar

Gambar 3.1 Logo Alpina.....	20
Gambar 3.2 Tas Carrier.....	23
Gambar 3.3 Toko Alpina.....	23
Gmabar 3.4 Alpina Carrier Post.....	23
Gambar 3.5 Alpina Legend.....	24
Gambar 3.6 Jenis Kelamin.....	26
Gambar 3.7 Usia.....	26
Gmabr 3.8 Pendapatan.....	27
Gamabr 3.9 Kegiatan Hiking.....	28
Gmabar 3.10 Tahukah Merek Alpina.....	28
Gambar 3.11 Tahukah Keberadaan Alpina di Pasaran.....	29
Gambar 3.12 Tempat Membeli Peralatan Hiking.....	29
Gambar 3.13 Dimanakah Biasanya Melihat Promosi Produk.....	30
Gambar 3.14 Media Sosial.....	30
Gambar 3.15 Eiger Opening Store.....	32
Gambar 3.16 Eiger Product.....	33
Gambar 3.17 Imange Branding Eiger.....	33
Gambar 3.18 Consina Opening Store.....	34
Gambar 3.19 Consina Product.....	35
Gambar 3.20 Consina.....	36

Gambar 4.1 Warna.....	43
Gambar 4.2 Spanduk Alpina.....	49
Gambar 4.3 Instagram Promosi.....	50
Gambar 4.4 Instagram Alpina.....	51
Gambar 4.5 Website Alpina.....	52
Gambar 4.6 Web Banner.....	53
Gambar 4.7 Poster.....	54
Gambar 4.8 X-Banner.....	55
Gambar 4.9 Booth.....	56
Gambar 4.10 Name Tag.....	56
Gambar 4.11 Tiket.....	57
Gambar 4.12.....	57
Gambar 4.13 Video.....	58
Gambar 4.14 Mobil.....	59
Gambar 4.15 Sign Store.....	60

Daftar Tabel

Tabel 4.1 Timeline.....	48
Tabel 4.2 Budgeting.....	61



Daftar Lampiran Sketsa

Lampiran B.....68

