

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Outdoor sport merupakan jenis olah raga di alam terbuka. Salah satu contoh *outdoor sport* yaitu *hiking*. *Hiking* diambil dari kata kerja *to hike*, yang berarti berjalan kaki untuk tujuan kesenangan atau latihan. Tidak semua olah raga jalan kaki disebut *hiking*, tetapi kegiatan yang perjalanan untuk mengembara atau menjelejah alam dan memiliki sifat untuk menambah ilmu pengetahuan dan latihan mental juga fisik. Bagi pecinta alam *hiking* adalah hal yang menyenangkan karena memiliki kesempatan untuk menikmati keindahan alam yang unik mulai dari laut, pantai, sungai, danau, padang rumput, hingga pegunungan. Kegiatan menjelajah alam ini selain dapat meningkatkan kesehatan tubuh jasmani kita, juga dapat menciptakan relasi sosial dengan masyarakat disekitar pegunungan atau sungai. Dalam *hiking* biasanya kita melakukan aktifitas berjalan kaki mengunjungi tempat-tempat yang memiliki panorama indah, juga melintasi lokasi-lokasi pegunungan yang menguji keberanian bagi yang menyukai tantangan.

Wisata alam merupakan kegiatan mengunjungi suatu tempat di alam bebas dengan maksud untuk rekreasi atau menambah ilmu pengembangan diri. Indonesia memiliki banyak tempat wisata alam yang menarik untuk dijelajahi mulai dari dataran tinggi sampai dataran rendah, perjalanan yang terjal dan menantang sampai dengan perjalanan yang santai dan mudah dilalui. Selain itu lokasi-lokasi wisata alam di Indonesia teramat banyak yang memiliki pemandangan yang indah dan bagi yang suka atau ingin bersahabat dengan alam, Indonesia memiliki tempat-tempat yang indah untuk kita dapat berkemah sambil menikmati sejuknya udara alam.

Dalam kegiatan di alam terbuka tentu kita akan membawa peralatan yang dibutuhkan untuk *hiking* dan juga perbekalan selama perjalanan, air minum, sepatu alas kaki cadangan, tenda, pasak, dan masih banyak lagi. Saat *hiking* kita juga memerlukan jaket tebal dan celana yang hangat dan nyaman bergerak agar aktifitas kita selama perjalanan *hiking* dapat berjalan dengan baik. Pakaian yang digunakan pun perlu memiliki ketahanan yang bagus, karena medan yang dihadapi saat kita *hiking* mungkin saja memiliki jalan yang terjal dan juga ada semak-semak yang dapat merusak pakaian atau melukai tubuh.

Untuk memenuhi keperluan ini, sebuah brand produk lokal bernama Alpina. Alpina ini sudah berdiri sejak tahun 1985 dan pernah berjaya sekitar tahun 90an. Akan tetapi sekarang Alpina belum terlihat melakukan promosi terpadu, sehingga banyak masyarakat kota Bandung yang belum mengetahui merek ini. Sedangkan untuk anak muda kota Bandung kegiatan *hiking* dikalangan anak muda dari jenjang SMA sampai kuliah memiliki banyak peminat, sebagai contoh adanya kegiatan ekstrakurikuler *hiking* disekolah dan kampus. Selain itu juga bagi dewasa muda yang meminati aktifitas *hiking* sebagai sarana rekreasi juga masih ada. Untuk itu bagi para pecinta alam produk dari Alpina ini memiliki kualitas dan fungsional yang bermutu baik sebagai sarana perlengkapan atau atribut untuk dipakai. Oleh karena itu Alpina memerlukan promosi untuk mulai dapat dikenal kembali di pasaran, khususnya di kota Bandung.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan uraian maka permasalahan topik yang akan dikaji adalah:

1. Bagaimana merancang informasi yang menarik untuk dapat mengangkat kembali produk Alpina ini agar dapat dikenal oleh masyarakat kota Bandung?

2. Bagaimana merancang sebuah kegiatan promosi yang dapat menunjang nama Alpina dan menjadikan produk Alpina brand kepercayaan bagi pecinta alam Indonesia?

Ruang lingkup yang akan dikerjakan adalah bagaimana membuat perancangan promosi untuk perusahaan Alpina ini agar dapat dikenal oleh masyarakat kota Bandung dengan menggunakan pendekatan keilmuan desain komunikasi visual juga menggunakan media informasi yang sesuai dengan target yang dituju.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai:

1. Merancang promosi untuk memperkenalkan brand lokal Bandung Alpina kepada masyarakat di kota Bandung
2. Menyampaikan produk perlengkapan untuk menjelajah alam dari brand Alpina kepada masyarakat kota Bandung

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Bahan dan materi dalam pemngumpulan data ini dapat menggunakan beberapa metode diantara lain :

1. Observasi

Observasi yang dilakukan dengan mengunjungi pabrik Alpina untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Observasi dilakukan di tempat produksi juga toko Alpina sendiri.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan penulis kepada narasumber yang berkompeten dibidang *hiking* dan juga dengan pihak Alpina Outdoor Sport untuk memperoleh data juga permasalahan yang sedang dihadapi perusahaan.

3. Studi Literatur

Penulis mengumpulkan data-data yang diperlukan dari beberapa sumber antara lain buku, artikel baik secara media cetak dan media digital melalui internet. Data yang dicari adalah mengenai teori promosi, teori fotografi komersil, dan juga teori yang bersangkutan dengan *hiking*. Semua data yang diperoleh akan berhubungan dengan topik dan permasalahan tugas akhir yang diangkat.

4. Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner kepada 100 responden untuk mengetahui berapa banyak yang tahu tentang brand Alpina. Kuisisioner disebarkan secara acak melalui media *online*

1.5 Skema Perancangan

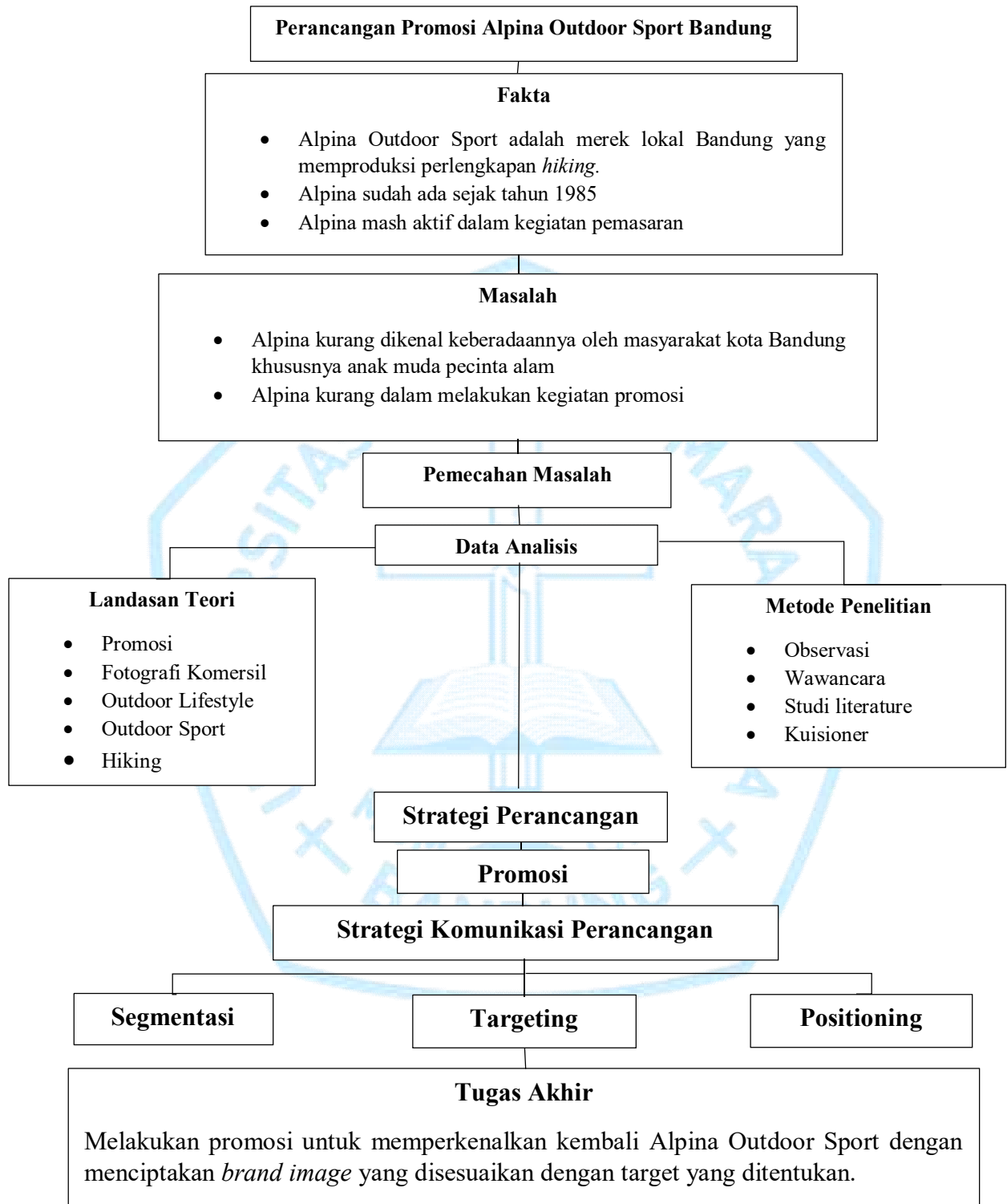


Diagram 1.1 Diagram Skema Perancangan

(Sumber : Data Pribadi)