

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini tempat *fitness* banyak digemari oleh kalangan anak muda karena mereka sudah mulai menyadari akan pentingnya kesehatan dan ada juga yang hanya mengikuti *trend*. Tetapi banyak dari mereka yang memilih tempat *fitness* bukan dari kualitas tetapi karena harga yang murah. Tetapi tempat *fitness* dengan harga yang murah biasanya kurang terjamin karena kualitas dari alat yang digunakan pun tidak sebaik yang mahal. Selain itu tempat *fitness* dengan harga yang lebih murah biasanya tidak memiliki instruktur yang profesional, sehingga tidak menjamin konsumen puas dengan hasil akhir dari *fitness* itu sendiri. Fredlinz Fitness Centre memberikan layanan yang berbeda dengan memberikan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik. Saat ini Fredlinz Fitness Centre cukup banyak diminati oleh anak muda tetapi banyak dari mereka adalah teman-teman dari pemilik tempat tersebut.

Maka dari itu diperlukan cara untuk melakukan sebuah promosi agar tempat *fitness* tersebut dapat dikenal luas oleh masyarakat Bandung. Mereka pernah melakukan promosi melalui media neon box, leaflet, dan memasang iklan pada majalah, tetapi promosi dengan menggunakan media tersebut dirasakan masih kurang untuk melakukan sebuah promosi, hal ini dikarenakan banyak saingan di kota Bandung ini.

Karena Fredlinz Fitness Centre yang terletak di Paskal Hyper Square C-21 ini masih baru dan mempunyai banyak saingan maka dapat dibentuk *image* dan promosi baru agar orang-orang tertarik. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan pembentukan *image* dan promosi baru untuk perusahaan jasa *fitness* tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Branding merupakan hal yang penting untuk suatu perusahaan. Fredlinz Fitness Centre merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa *fitness*. Tempat *fitness* ini baru didirikan sehingga terdapat beberapa masalah yang menyebabkan adanya ketidakpuasan baik untuk pihak perusahaan ataupun konsumen. Dari hasil wawancara kepada konsumen dan pengamatan maka diperoleh beberapa permasalahan yaitu Fredlinz Fitness Centre yang baru dibuka belum melakukan promosi secara menyeluruh, menyebabkan masih banyak masyarakat yang belum mengenal tempat *fitness* ini, apalagi di kota Bandung khususnya banyak saingan yang ada.

1.3 Perumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang, perlu ditegaskan bahwa masalah-masalah yang akan dibahas dalam tugas akhir mengenai promosi perusahaan jasa *fitness*. Pada kesempatan ini dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut :

1. Apakah *promotional item* yang sudah ada dianggap cukup oleh konsumen dan tempat *fitness* tersebut ?
2. Strategi komunikasi apa yang dapat meningkatkan *image* tempat *fitness* tersebut dibanding kompetitor ?
3. Apa saja *promotional item* yang dapat membantu untuk meningkatkan promosi tempat *fitness* tersebut ?

1.4 Tujuan Perancangan

Dari perumusan masalah dapat disimpulkan tujuan perancangan Tugas Akhir ini adalah :

1. Mengetahui apakah *promotional item* yang sudah ada dianggap cukup oleh konsumen dan tempat *fitness* tersebut.
2. Mengetahui strategi komunikasi apa yang dapat meningkatkan *image* tempat *fitness* tersebut dibanding kompetitor.
3. Mengetahui apa saja *promotional item* yang dapat membantu untuk meningkatkan promosi tempat *fitness* tersebut.

1.5 Ruang Lingkup Perancangan

Pengaruh yang efektif dalam melakukan promosi adalah dengan membentuk sebuah corporate *branding* karena informasinya lebih jelas dan efektif. Sehingga konsumen akan lebih mengenal dan tertarik untuk mengunjungi tempat *fitness* tersebut.

1.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Sumber Data

Data primer yang penulis dapat berupa observasi dengan menggunakan kuesioner dan wawancara langsung dengan pemilik dan konsumen tempat *fitness* yang bersangkutan. Selain data primer, penulis juga memperoleh data sekunder berupa referensi dan *website* mengenai *corporate identity* dan *corporate branding*.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang penulis gunakan adalah analisis deskriptif karena masalah dibahas dan dipecahkan berdasarkan gambaran umum yang diperoleh di lapangan. Serta menggunakan teknik observasi dan studi kepustakaan.