

STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT GENERASI MILENIAL TERHADAP OLAHRAGA PILATES DI KOTA BANDUNG

ABSTRAK

Olahraga pilates pada telaj mengalami perkembangan yang cukup pesat. Di Kota Bandung, pada bulan Januari 2024 terdapat 21 tempat olahraga pilates di Kota Bandung. Fokus olahraga pilates adalah untuk memperkuat dan meregangkan otot-otot penegak punggung, perut, dan pantat. Metode yang digunakan untuk menggerakkan otot ini terdiri dari berbagai variasi latihan otot perut yang dilakukan secara rutin. Secara teoritis, latihan otot dasar melibatkan berbagai macam gerakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kekuatan dan daya tahan.. Olahraga pilates di Kota Bandung saat ini memiliki beragam jenis yang ditawarkan kepada konsumen seperti pilates *reformer*, *tower*, *chair*, *caddilac*, *theraband*, *pilates mat*, *spine corrector*. Walaupun tempat olahraga pilates sangat memadai dan memiliki banyak manfaat terhadap kesehatan dan kebugaran tetapi pada saat ini olahraga pilates kurang diminati oleh generasi milenial. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Kemudian data yang terkumpul dianalisis menggunakan matriks perbandingan. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa olahraga pilates kurang diminati oleh generasi milenial berasal dari faktor dari dalam diri (*intrinsic*) yaitu kemauan atau kaingin melakukan sesuatu karena mempunyai perhatian lebih terhadap sesuatu. Hal ini karena olahraga pilates masih belum dikenal oleh generasi milenial dan informasi mengenai olahraga pilates masih jarang ditemukan pada generasi milenial, data kuesioner dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 63.6% generasi milenial tidak mengetahui olahraga pilates. Pesan promosi mengenai manfaat olahraga pilates, beragam jenis olahraga pilates dan suasana didalam kelas olahraga pilates perlu diperbanyak karena pesan seperti itu dapat menarik minat generasi milenial terhadap olahraga pilates

Keyword: Generasi Millennial, Minat, Pilates, Promosi