

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Olahraga merupakan sebuah kegiatan fisik yang dilakukan secara terstruktur dengan gerakan yang benar agar memberikan kesehatan bagi fisik dan mental seseorang. Jenis olahraga sangat beragam, mulai dari yang bersifat kompetitif seperti sepak bola, basket, bulu tangkis, dan tenis hingga yang bersifat relaksasi seperti yoga, dan jalan santai. Manfaat olahraga bagi kesehatan sangatlah besar, diantaranya adalah meningkatkan kekuatan dan daya tahan tubuh, menjaga berat badan yang ideal, serta meningkatkan fungsi paru – paru dan jantung. Selain itu juga, olahraga dapat mengurangi tingkat stres, meningkatkan mood, dan memperbaiki kualitas tidur seseorang.

Jersey merupakan salah satu jenis pakaian yang terbuat dari bahan kain yang lentur, ringan, dan biasanya memiliki daya serap keringat yang baik, sehingga nyaman dikenakan. Awalnya, jersey dikenal sebagai pakaian rajut untuk kebutuhan olahraga, namun kini penggunaannya sudah meluas hingga ke berbagai kegiatan sehari-hari. Jersey sering digunakan dalam pembuatan seragam tim olahraga seperti sepak bola, basket, dan voli, karena sifatnya yang elastis dan mudah mengikuti gerakan tubuh. Selain itu, jersey juga populer untuk kebutuhan busana kasual dan desain custom, karena mudah dicetak dengan desain yang unik sesuai keinginan.

Olahraga juga membutuhkan penggunaan jersey dalam olahraga yang telah menjadi simbol dari identitas sebuah tim dan kesatuan para pemainnya. Saat para pemain olahraga mengenakan kostum jersey timnya, mereka tidak hanya mengenakan pakaian jersey saja, akan tetapi juga mewakili dari sebuah tim yang mereka banggakan, dan memberikan semangat sehingga tujuan dari mengenakan jersey tersebut, maka para pemain akan semakin bergairah dalam berolahraga bersama dengan timnya. Dalam dunia sepakbola, jersey tidak hanya membedakan satu tim dari yang lain, tetapi juga dapat membangkitkan semangat para penggemarnya untuk merasa tergabung dalam tim kesayangan yang mereka dukung secara emosional. Dengan warna yang khas, lambang tim, dan juga keunikan dari jersey dari tim tersebut menjadi identitas dari sebuah tim olahraga tersebut.

Selain untuk olahraga, sebuah komunitas yang memiliki beberapa anggota juga membutuhkan jersey, yang mana nantinya jersey ini akan menjadi identitas komunitas dan menunjukkan kekompakan dari sebuah komunitas. Selain aspek kebersamaan, jersey juga kerap dianggap sebagai bagian penting dari citra komunitas tersebut. Pemilihan jersey dengan desain yang unik, berkualitas, dan nyaman dikenakan akan meningkatkan rasa percaya diri para anggota komunitas tersebut. Komunitas yang sering bertanding atau menggelar kegiatan rutin biasanya membutuhkan jersey dalam jumlah banyak agar setiap anggotanya memiliki pakaian yang seragam dan sesuai dengan identitas tim atau kelompoknya.

Instansi atau kantor saat ini juga rutin menggelar acara *gathering* sebagai bagian dari upaya membangun solidaritas dan semangat kerja sama antar karyawan. Acara *gathering* ini kerap kali melibatkan kegiatan yang bersifat santai namun penuh kerja sama, seperti *outbound*, *fun games*, atau olahraga bersama. Untuk mempererat rasa kebersamaan dan menyelaraskan identitas selama acara berlangsung, sebuah instansi atau kantor biasanya membuat jersey khusus yang dikenakan oleh seluruh peserta. Jersey ini tidak hanya sekadar kostum, tetapi juga menjadi simbol persatuan dan solidaritas antar divisi dan jabatan dalam suatu instansi.

Industri garmen dan konveksi saat ini tengah mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, utamanya didorong oleh meningkatnya kebutuhan akan pakaian atau kostum untuk berbagai kegiatan olahraga, komunitas, maupun acara perusahaan. Tren gaya hidup sehat yang semakin marak mendorong munculnya banyak komunitas olahraga, seperti sepak bola, lari, bersepeda, dan kegiatan kebugaran lainnya. Setiap komunitas tersebut biasanya membutuhkan seragam atau jersey khusus sebagai identitasnya, sehingga permintaan akan produk jersey untuk olahraga pun meningkat pesat. Industri konveksi pun merespon hal tersebut dengan menyediakan jasa pembuatan jersey yang berkualitas dan nyaman untuk menunjang aktivitas fisik yang cukup sering dilakukan.

Meningkatnya permintaan ini juga meningkatkan kesadaran konsumen akan pentingnya kualitas pakaian yang dikenakan. Konsumen kini semakin kritis dalam memilih pakaian olahraga, mereka tidak hanya melihat estetika, tetapi juga kenyamanan, daya tahan, dan keramahan lingkungan. Industri garmen dan konveksi yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut akan terus tumbuh dan berkembang seiring dengan semakin banyaknya kegiatan olahraga, komunitas, dan berbagai acara yang membutuhkan produk fesyen yang fungsional namun tetap stylish.

Dengan adanya peluang tersebut maka para produsen jersey custom untuk olahraga timnya, maka dibutuhkannya sebuah promosi yang memungkinkan sebuah tim memesan jersey untuk tim kebanggaannya, dan juga dengan adanya media promosi di era digital saat ini mampu menjadi salah satu sarana promosi yang ampuh dikarenakan saat ini masyarakat Indonesia rata – rata sudah memiliki sosial media, seperti *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, dan yang lainnya. Sehingga sangat efektif untuk dapat mempromosikan produk melalui social media, contoh dari Media Promosi lewat digital yang sudah berjalan saat ini banyak contohnya, seperti didunia makanan atau minuman, fashion, tempat wisata, dan masih banyak lagi, sehingga sarana media promosi digital saat ini sangat ampuh untuk dijadikan tempat untuk promosi produk dalam bentuk digital, karena dapat mengundang banyak masyarakat yang tertarik untuk mencobanya atau datang ke tempat tersebut.

Dalam era digital saat ini, media promosi telah melalui perkembangan yang cukup signifikan. Salah satu tren yang dominan adalah penggunaan media sosial sebagai alat utama dalam mempromosikan suatu produk, jasa, atau merek. Banyak platform sosial media yang digunakan, contohnya adalah seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan yang lagi hits saat ini adalah *TikTok*. Saat ini media sosial

tersebut telah menjadi wadah yang sangat efektif bagi perusahaan untuk menggapai calon konsumen yang lebih luas. Melalui konten yang kreatif dan interaktif, oleh sebab itu diperlukannya media promosi yang tepat sasaran kepada khalayak umum, contohnya ialah tempat pembuatan jersey custom untuk club bola, futsal, sepeda dan yang lainnya. Seperti yang dilakukan oleh Republic Jersey, produsen jersey ini sudah melakukan promosi melalui media *Google* dan *Instagram*. Padahal sebenarnya para calon konsumen Republic Jersey tidak hanya menggunakan *Google* dan *Instagram* saja, namun banyak platform media sosial lain seperti *Facebook* dan *TikTok*.

Saat ini Republic Jersey ingin memaksimalkan kapasitas produksinya, saat ini kapasitas produksi dari Republic Jersey sendiri adalah 5000 – 6000 pcs perbulannya, namun untuk saat ini, Republic Jersey hanya memproduksi 2000 – 3000 pcs perbulannya, maka dari itu pihak dari Republic Jersey ingin memaksimalkan kapasitasnya yaitu dengan menggunakan media promosi di sosial media berupa Facebook, Instagram, Tiktok, dll. Untuk saat ini media promosi menggunakan media digital sangat efektif dikarenakan saat ini masyarakat di Indonesia rata – rata sudah menggunakan platform media sosial dan sudah jarang menggunakan TV atau lainnya, maka dari itu menggunakan media digital inilah sangat diperlukan untuk mempromosikan dari jasa layanan jersey printing pada Republic Jersey sangat efektif, karena dengan media digital, masyarakat dapat melihat iklan promosi dari Republic Jersey.

Selain ingin meningkatkan dan memaksimalkan kapasitas produksi, persaingan atau kompetitor dari Republik Jersey juga cukup banyak. Dalam menghadapi situasi ini, perusahaan perlu merumuskan strategi yang tepat agar tetap unggul di pasar. Inovasi produk dan peningkatan kualitas layanan menjadi kunci untuk menarik konsumen dan membedakan diri dari kompetitor yang ada. Selain itu, penting juga bagi perusahaan untuk membuat sebuah promosi produk yang unik agar dapat menjadi pembeda diantara kompetitor yang ada sehingga calon konsumen tertarik dengan Republik Jersey dan membuat lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor

Dengan masalah tersebut, maka penelitian ini akan berfokus pada perancangan media promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan sebuah tempat produksi jersey *custom* kepada para calon konsumen yang senang berolahraga maupun sebuah komunitas. Dengan adanya poster promosi yang informatif dan interaktif, maka diharapkan para calon konsumen dapat mudah memahami informasi apa saja yang terdapat pada poster promosi dari Republic Jersey dan juga diharapkan dapat menguntungkan Republic Jersey agar mendapatkan calon konsumen baru. Dengan demikian, sarana promosi ini akan meningkatkan penjualan dan dapat memaksimalkan kapasitas produksinya.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah di atas, terdapat identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Terbatasnya sarana media promosi pada Republic Jersey, karena hanya menggunakan 2 media seperti *Google* dan *Instagram* saja.
2. Banyaknya hobi seperti olahraga, memancing, komunitas, dan lain sebagainya, namun tidak banyak para pecinta olahraga maupun komunitas memesan di Republik Jersey.
3. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Republik Jersey sehingga kurang bersaing dengan para kompetitor.
4. Banyaknya persaingan antar konveksi dan produsen jersey custom sehingga dibutuhkan promosi agar lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Cara Merancang Promosi Pada Sosial Media Untuk Apparel Republik Jersey.”

1.3 Ruang Lingkup

Penelitian ini berbasis *Project Based* dengan *output* media promosi yang dimana target penelitian ini adalah calon konsumen tim olahraga yang ingin mencari sebuah produsen *Jersey Custom* yang ada di Kota Bekasi. Penelitian ini difokuskan kepada para calon konsumen dari segala tingkat ekonomi. Penelitian ini dilakukan di Kota Bekasi dengan target para calon konsumen *jersey custom* yang ada di Kota Bekasi maupun komunitas apapun yang ingin membuat *jersey custom* untuk tim kebanggaannya. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu selama 1 semester. Dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi pada Republic Jersey dan juga membantu para calon konsumen agar mudah dalam mencari produsen *jersey custom* sehingga para calon konsumen tidak kesulitan dalam mencari produsen *jersey custom*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk Perancangan Promosi pada Sosial Media untuk Apparel Republic Jersey yang dapat bersaing dengan para kompetitor dan juga unggul di pasaran serta memudahkan para calon konsumen agar dapat mudah dalam mencari produsen dari *jersey custom* yang mereka inginkan kepada tim kebanggaannya.

1.5 Metode Analisis Data

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya. Dengan kata lain, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra. Dalam hal ini pancaindra digunakan untuk menangkap segala sesuatu hal yang ingin diamati, maka selanjutnya catatan tersebut akan dianalisis (Morissan, 2017). Observasi yang dilakukan adalah observasi terhadap beberapa produsen *jersey custom* yang ada di Kota Bekasi.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Menurut (Saputra et al., 2023) Secara umum, wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh sebuah informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang ingin diangkat kedalam penelitian. Atau, sebuah proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh melalui teknik lain yang sebelumnya. Wawancara yang dilakukan kepada konsumen *jersey custom*, owner *jersey custom*, dan juga dosen strategi pemasaran.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian yang menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang disebarkan kepada responden untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Menurut (Bahri, 2018) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawabnya. Kuesioner ditunjukkan kepada para calon konsumen yang pernah berbelanja via *online* atau yang sering membeli produk via *online*, dan juga kuesioner akan disebarkan melalui media sosial.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka yang dilakukan oleh penulis adalah untuk memenuhi kebutuhan data penelitian. Studi pustaka merupakan suatu proses yang dilakukan oleh peneliti untuk mencari informasi melalui buku-buku dengan tujuan untuk memperluas referensi. Studi pustaka merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik atau permasalahan yang akan atau sedang diteliti. Informasi dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karya tulis ilmiah, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis, baik tercetak maupun elektronik. (Abdussamad & Sik, 2021)

1.5.2 Analisis Data

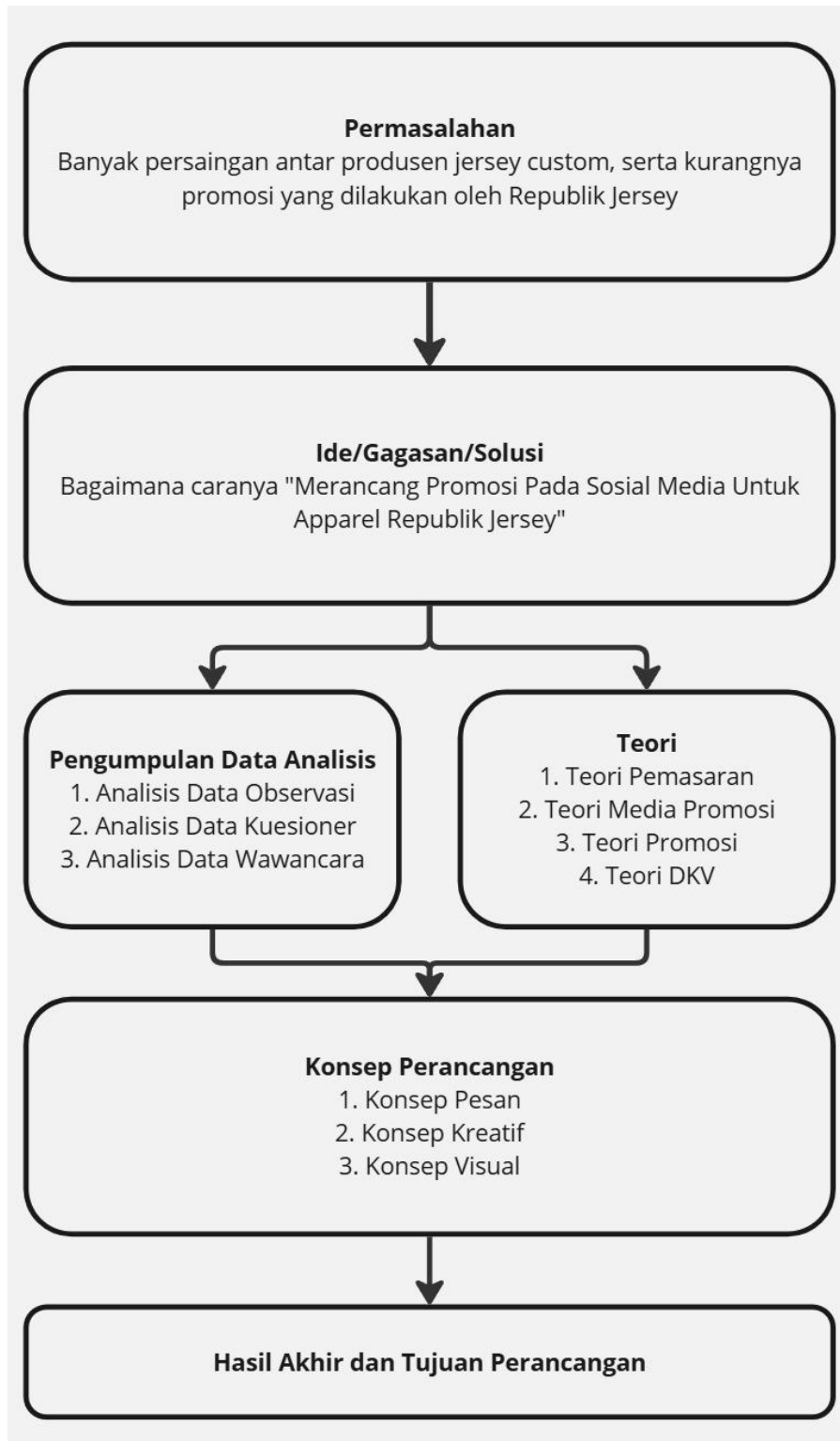
1. Analisis Matriks Perbandingan

Analisis matriks adalah jukstaposisi atau membandingkan dengan cara menjajarkan. Sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang memunculkan dua dimensi yang berbeda, misalnya konsep atau seperangkat informasi. (Soewardikoen, 2013).

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT dapat dilakukan dengan cara menilai faktor internal dari suatu perusahaan yang terdiri dari strength (kekuatan) dan weakness (kelemahan) dan juga bisa menilai dari faktor eksternal perusahaan yaitu opportunity (peluang) dan threat (ancaman) (Soewardikoen, 2019: 108). Analisis ini juga dapat dilakukan terhadap pesaing dari perusahaan ini untuk mendapatkan analisis yang lebih tepat dan juga mendasar yang dapat membantu dalam perancangan ini. Maka dari itu analisis SWOT dapat membantu dalam menganalisa secara internal dan eksternal mengenai apparel Republik Jersey

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber : Dokumentasi Pribadi

1.7 Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Bagian pendahuluan berisi tentang penjelasan latar belakang, identifikasi masalah yang ditemukan penulis terkait objek penelitian. Kemudian memberikan ruang lingkup, tujuan penelitian, kerangka penelitian, dan sistem mengenai media promosi digital marketing Republic Jersey.

BAB II Landasan

Berisi teori – teori sebagai penunjang untuk memecahkan permasalahan yang telah disampaikan pada BAB I. Teori yang akan digunakan antara lain teori media promosi, teori pemasaran, dan desain komunikasi visual. Bab ini ditutup dengan kerangka teori dan asumsi.

BAB III Data Dan Analisis Data

Berisi data – data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Dilanjutkan dengan analisis data observasi, wawancara, analisis konten visual, analisis kompetitor serupa, dan diakhiri dengan kesimpulan hasil analisis.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Berisi proses perancangan yang dimulai dari konsep pesan, konsep kreatif, konsep visual, proses perancangan, hingga hasil perancangan terdapat pada bagian ini.

BAB V Penutup

Bagian penutup memuat kesimpulan dari penelitian dan perancangan yang telah dilakukan. Selain itu, pada bagian ini akan memuat saran agar penelitian dilakukan dengan baik dan benar.