

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sepakbola adalah olahraga paling populer di muka bumi ini. Hampir di setiap negara sepakbola bukan sekedar lagi menjadi sebuah olahraga melainkan sudah menjadi tradisi di setiap kalangan masyarakat, mulai dari kalangan atas sampai kalangan bawah. Terlebih lagi di negara-negara yang mempunyai iklim sepakbola yang kuat, sepakbola sudah menjadi industri yang sangat menguntungkan bagi berbagai elemen masyarakat. Kemajuan sepakbola menjadi sebuah industri ini tidak bisa dilepas dari kemajuan teknologi yang begitu pesat saat ini.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki akar tradisi sepakbola yang sangat kuat. Ini bisa dibuktikan dengan keikutsertaan tim kesebelasan Indonesia dalam Piala Dunia pada waktu masih dibawah penjajahan Belanda. Dan sampai sekarang ini Indonesia juga menjadi negara yang mempunyai sistem kompetisi sepakbola paling besar di dunia. Walaupun kita ketahui bahwa perjalanan sejarah sepakbola di Indonesia kurang bisa menunjukkan prestasi yang gemilang, malah banyak sekali noda hitam yang mengiringi perjalanan sejarah sepakbola indonesia sampai saat sekarang ini, dari kasus suap, kerusuhan pemain dan suporter dan masih banyak lagi.

Namun dibalik itu semua sepakbola tetap mempunyai tempat dihati masyarakat indonesia. Mulai dari anak-anak yang bermain bola dijalan-jalan,

bermunculnya sekolah-sekolah sepakbola dan menjamurnya klub-klub sepakbola, baik yang amatir maupun profesional menjadi buktinya.

Fakta bahwa sepakbola sudah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari masyarakat dunia pada umumnya dan masyarakat Indonesia pada khususnya dan semakin majunya teknologi informasi saat ini membuat olah raga ini menjadi sebuah industri global yang sangat potensial untuk mendapatkan keuntungan yang sangat besar. Keuntungan ini di peroleh dari sponsorship, penjualan *merchandise*, penjualan pemain, siaran-siaran langsung yang hak siarnya dijual dengan harga yang sangat fantastis. Dan berubahnya klub-klub sepakbola profesional menjadi perusahaan-perusahaan yang berbadan hukum juga menjadi bukti bahwa saat ini sepakbola sudah menjadi industri.

Dan salah satu industri sepakbola yang mulai marak beberapa tahun ini di kota-kota besar di Indonesia adalah futsal atau sepak bola dalam ruangan (*indoor soccer*). Futsal kini menjadi tren dan digemari berbagai kalangan. Meskipun tergolong baru, perkembangannya cukup pesat. Futsal merupakan solusi yang tepat bagi penggemar olahraga sepakbola yang ada di kota-kota besar karena di kota-kota besar lapangan sepakbola sudah semakin jarang. Para penggemar olahraga sepakbola terutama dari kaum pekerja kantoran masih bisa menyalurkan kegemaran mereka dalam bermain sepakbola selepas pulang kantor. Karena futsal dimainkan dalam ruangan tertutup maka tidak akan terpengaruh oleh cuaca alam dan kita dapat bermain kapan saja waktunya.

Di Surakarta sendiri sudah banyak lapangan futsal dibuat. Salah satunya adalah Coppa Futsal. Coppa futsal mempunyai tiga lapangan futsal dengan rumput sintesis. Dengan memakai konsep *sport entertainment*, menjadikan Coppa

Futsal mempunyai nilai tersendiri dibandingkan pesaingnya. Ini didukung dari lokasi Coppa Futsal yang terletak di jantung kota surakarta, yaitu di jalan Slamet Riyadi.

Namun karena masih baru berdiri dan konsepnya juga baru, disamping itu persaingan yang semakin ketat dengan kompetitornya, maka untuk menarik konsumen untuk menggunakan fasilitas yang disediakan, Coppa Futsal memerlukan promosi dan periklanan yang tepat dan intensif. Oleh karena itu, penulis ingin membuat rancangan promosi dan periklanan Coppa Futsal, dengan judul **"PERANCANGAN KAMPANYE PERIKLANAN COPPA FUTSAL DI SURAKARTA"**.

B. Rumusan Masalah

Beberapa masalah yang perlu diperhatikan dalam pembuatan promosi dan periklanan Coppa Futsal adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang promosi dan iklan yang efektif dan kreatif agar masyarakat tertarik untuk menggunakan fasilitas yang disediakan oleh Coppa Futsal.
2. Bagaimana memilih media promosi dan iklan yang efektif, kreatif dan tepat sasaran agar kegiatan promosi yang dilakukan dapat tersampaikan kepada masyarakat.

C. Tujuan

Adapun tujuan dari pembuatan promosi dan periklanan Coppa Futsal adalah sebagai berikut :

1. Merancang promosi dan iklan yang efektif dan kreatif agar masyarakat tertarik untuk menggunakan fasilitas yang disediakan oleh Coppa Futsal.
2. Memilih media promosi dan iklan yang efektif, kreatif dan tepat sasaran agar kegiatan promosi yang dilakukan dapat tersampaikan kepada masyarakat.

D. Target Visual/Target Karya

1. Media Periklanan Lini-Atas (*Above-the-line Media*)
 - a. Media Cetak
 - 1) Iklan Surat Kabar
 - 2) Iklan Majalah
 - b. Media Luar Ruang
 - 1) *Billboard*
 - 2) *Vertical Banner*
 - 3) *Neon Box*
2. Media Periklanan Lini-Bawah (*Below-the-line Media*)
 - a. *Stationary*
 - b. *Poster Outdoor*
 - c. *Poster Indoor*
 - d. *Leaflet*
 - e. *X-Banner*
 - f. Kalender
 - g. *T shirt*
 - h. *Sticker*

- i. Jam Dinding
- j. *Mug*
- k. Pin
- l. Gantungan Kunci
- m. Asbak

E. Target Market dan Target Audience

1. Target Market

Target market adalah sasaran yang dituju. Dalam konsep pemasaran, pasar sasaran adalah sasaran yang ditentukan dan dipilih oleh produsen sesuai dengan konsep segmentasi pasar. Dalam hal ini yang menjadi target market adalah :

- a. Geografi : Surakarta dan sekitarnya
- b. Demografis
 - 1) Jenis Kelamin : Pria
 - 2) Usia : 12 – 50 tahun
 - 3) Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, Umum
 - 4) Status Ekonomi : Menengah dan menengah ke atas
 - 5) Golongan : Untuk semua ras, suku, dan agama.

2. Target Audience

Target audience dari promosi yang akan dibuat adalah meliputi :

- a. Primer
 - 1) Geografi : Surakarta
 - 2) Demografis

- a) Jenis Kelamin : Pria
- b) Usia : 15 – 35 tahun
- c) Pekerjaan : Pelajar SMU, Mahasiswa, Umum
- d) Status Ekonomi : Menengah dan menengah ke atas
- e) Golongan : Untuk semua ras, suku, dan agama

b. Skunder

- 1) Geografi : Surakarta dan sekitarnya
- 2) Demografis
 - a) Jenis Kelamin : Pria
 - b) Usia : 36-50 tahun
 - c) Pekerjaan : Pelajar SMP dan Umum
 - d) Status Ekonomi : Menengah dan menengah ke atas
 - e) Golongan : Untuk semua ras, suku, dan agama