

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam industri kebugaran yang berkembang semakin pesat membuat kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat meningkat. Perusahaan satu dengan lainnya tentu akan bersaing secara kompetitif dalam aktivitas pemasaran mereka. Hal ini menjadi tantangan bagi industri kebugaran dalam menarik perhatian konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Banyak industri kebugaran yang mencari cara untuk bersaing dengan memiliki keunggulan dan keunikannya masing-masing agar berbeda dengan industri kebugaran lainnya. Keunggulan yang dimiliki biasanya seperti fasilitas yang lebih lengkap, program latihan khusus, instruktur yang berkualitas, dan lain sebagainya. Dengan berbagai keunggulan dan keunikan tersebut, tentunya perusahaan perlu memiliki suatu strategi komunikasi pemasaran dalam mengenalkan produk dan jasa yang mereka tawarkan kepada masyarakat luas khususnya calon pelanggan.

Strategi komunikasi pemasaran ini berguna untuk membangun kesadaran merek dan pengetahuan mengenai perusahaan dengan baik di kalangan masyarakat. Tanpa adanya strategi komunikasi yang tepat, perusahaan tidak akan bisa menjangkau pasar secara tepat sasaran. Menurut Anwar Arifin (dalam Suryadi, 2018:6) menyatakan bahwa strategi komunikasi penting memperhitungkan kondisi dan situasi untuk mencapai efektivitas dalam melakukan strategi tersebut di masa yang akan datang.

Diharapkan strategi komunikasi tersebut mampu menciptakan perubahan pada diri maupun masyarakat luas

Pada bagian pemasaran akan dituntut oleh suatu perusahaan untuk mengatur dan merencanakan strategi yang efektif dalam menghadapi persaingan pasar yang begitu ketat. Menurut Kotler (2003:127) bahwa dalam suatu persaingan bisnis yang semakin ketat, semua perusahaan menginginkan orientasi produknya bisa menjadi produk unggulan. Dari ungkapan Philip Kotler tersebut bahwa perusahaan ingin produknya diminati oleh masyarakat serta menjadi produk unggulan yang sehingga bisa menjadi perbincangan masyarakat luas dan akhirnya melakukan suatu pembelian. Dengan demikian, perusahaan akan bisa bertahan di tengah persaingan bisnis yang cukup ketat dengan cara mengubah strategi pemasarannya guna meningkatkan penjualan perusahaan.

Bagian pemasaran pada perusahaan tentu akan menghadapi tantangan bagaimana cara produknya bisa unggul dengan produk-produk lainnya agar pelanggan bisa mendapatkan manfaat yang lebih ketimbang memilih perusahaan lainnya. Menurut Kotler and Keller pada buku Dasar-Dasar Pemasaran mengemukakan bahwa:

“Pemasaran adalah kegiatan, mengatur lembaga, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya” (Elliyana, et al.,2022:2).

Dari kutipan diatas menjelaskan bahwa, pemasaran adalah kegiatan penting yang dilakukan oleh perusahaan terutama pemasar dalam menyampaikan informasi

mengenai produk atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat khususnya pelanggan agar produknya bermanfaat dan bernilai. Dalam kutipan tersebut juga terdapat proses komunikasi yang terjadi antara perusahaan dan pelanggan, yang mana pemasar ini perlu melakukan suatu interaksi didalamnya.

Komunikasi pemasaran merupakan suatu usaha untuk menyampaikan sebuah pesan kepada publik atau masyarakat khususnya konsumen yang tepat sasaran mengenai keberadaan produk di pasar (Sutisna, 2002). Pada bagian pemasar diharuskan menyampaikan informasi kepada khalayak yang sesuai pada target pasar yang inginkan agar mencapai tujuan perusahaan dalam menarik minat calon pelanggan.

Komunikasi pemasaran juga dapat diartikan sebagai proses penyampaian pemikiran dan pemahaman antara individu atau organisasi dengan individu lainnya. Pemasaran melibatkan serangkaian kegiatan di mana perusahaan memberikan nilai-nilai kepada pelanggan mereka melalui pertukaran. Ketika dua unsur ini digabungkan, komunikasi pemasaran mencerminkan semua komponen dalam strategi pemasaran suatu merek untuk menciptakan makna yang disebarkan kepada pelanggan atau klien.

Peran komunikasi pemasaran dalam suatu perusahaan sangat penting dalam menunjang aktivitas penjualan mereka dengan melakukan strategi yang efektif untuk menarik pelanggan dalam menghadapi persaingan industri kebugaran yang semakin menjamur dikarenakan daya tarik masyarakat yang cukup tinggi akan pentingnya menjaga pola hidup sehat.

Kebutuhan masyarakat akan gaya hidup sehat telah menciptakan peluang besar bagi industri pusat kebugaran. *Fitness center* kini memegang peranan penting, tidak hanya dalam mendukung kesehatan individu tetapi juga sebagai tempat di mana orang dapat mencapai realisasi diri melalui aktivitas olahraga. *Fitness center* juga berperan besar dalam perkembangan olahraga itu sendiri. Semakin banyak orang yang merasa perlu untuk melakukan upaya menjaga kesehatan tubuh dan penampilan fisik mereka. Kesadaran akan pentingnya kesehatan tubuh yang meningkat telah mendorong banyak orang di perkotaan untuk lebih memilih berolahraga di pusat kebugaran. Mereka tertarik pada fasilitas modern dan berbagai program yang ditawarkan yang dapat memotivasi mereka untuk tetap aktif berolahraga.

Keberadaan mereka di tengah-tengah masyarakat perkotaan telah menjadi hal umum dan cukup berkembang pesat. Hal ini disebabkan oleh dorongan dari masyarakat yang semakin menyadari pentingnya menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh. Kebutuhan ini mendorong mereka untuk melakukan olahraga secara teratur untuk menjaga kebugaran ditengah kesibukan perkotaan, keterbatasan waktu, dan minimnya fasilitas umum untuk olahraga di luar dan pada akhirnya mereka memilih untuk berolahraga di pusat kebugaran yang tersedia.

Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan kebugaran, semakin banyak juga yang membutuhkan olahraga dan semakin tinggi minat mereka untuk melakukannya sebagai gaya hidup. *Fitness* sebagai gaya hidup melibatkan aktivitas fisik, nutrisi yang tepat, dan kesejahteraan mental ke dalam

rutinitas sehari-hari untuk mencapai dan mempertahankan Kesehatan yang optimal. Aktivitas fisik merupakan komponen utama dalam gaya hidup ini. Melibatkan diri dalam latihan rutin tidak hanya membantu meningkatkan kesehatan kardiovaskular tetapi juga memperkuat otot dan tulang, serta meningkatkan fleksibilitas dan keseimbangan. Berbagai bentuk latihan seperti aerobik (berlari, berenang, bersepeda), latihan kekuatan (angkat beban), serta latihan fleksibilitas dan keseimbangan (*yoga*, *pilates*) semuanya berkontribusi terhadap kesehatan yang lebih baik.

Kesejahteraan mental juga menjadi bagian penting dari olahraga kebugaran sebagai gaya hidup. Aktivitas fisik telah terbukti memiliki manfaat besar bagi kesehatan mental, termasuk mengurangi stres, meningkatkan suasana hati, dan membantu tidur lebih baik. Kebugaran tidak hanya berfokus pada aspek fisik tetapi juga pada kesehatan mental dan emosional, memastikan bahwa seseorang merasa baik secara keseluruhan.

Fitness sebagai gaya hidup juga melibatkan menciptakan kebiasaan sehari-hari yang mendukung kesehatan secara keseluruhan. Misalnya, memilih untuk berjalan atau bersepeda daripada menggunakan kendaraan bermotor, mengambil tangga daripada *lift*, dan melakukan peregangan secara berkala saat bekerja. Kebiasaan-kebiasaan kecil ini, jika dilakukan secara konsisten, dapat memiliki dampak besar pada kesehatan jangka panjang. *Fitness* sebagai gaya hidup adalah tentang menciptakan keseimbangan antara tubuh dan pikiran, serta membuat pilihan yang mendukung kesehatan dan kesejahteraan secara berkelanjutan. Dalam hal ini, *fitness* memerlukan komitmen jangka panjang yang akan membawa banyak manfaat, energi dan produktivitas hingga

lanjut usia serta dapat meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Memilih fitness sebagai gaya hidup adalah investasi dalam diri sendiri yang hasilnya akan terasa di setiap aspek kehidupan.

Hal ini menciptakan peluang besar bagi mereka yang tertarik untuk mengelola bisnis pusat kebugaran. Selain untuk latihan kebugaran, masyarakat memiliki berbagai motivasi lain untuk mengunjungi pusat kebugaran, seperti mencari teman atau pasangan hidup, menjaga kesehatan, membentuk tubuh, memperbesar otot, atau bahkan hanya untuk meningkatkan status sosial.

Pusat kebugaran yang semakin menjamur membuat persaingan industri sektor penyedia jasa pusat kebugaran dapat mempengaruhi setiap individu dalam mempertimbangkan pemilihan pusat kebugaran. Pada hal ini, industri pusat kebugaran terbagi menjadi beberapa segmentasi pasar yang dapat didefinisikan berdasarkan harga, fasilitas, layanan, lokasi, dan inovasi teknologi yang diterapkan oleh masing-masing penyedia jasa pusat kebugaran.

Hal ini berlaku pada pusat kebugaran Tweak MOVE! yang sedang memperluas pasar mereka ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat khususnya pada Kota Bandung dalam menerapkan strategi komunikasi pemasaran. Tweak Move dapat menarik minat masyarakat serta mendorong setiap individu untuk memutuskan bergabung menjadi pelanggan yang berkelanjutan atau *member*. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh bagian pemasar diharapkan dapat memberikan kontribusi yang

positif dalam perkembangan dan keberhasilan pusat kebugaran Tweak MOVE! Kota Bandung.

Menurut Dita Irvita Yosi, yang sudah bergabung selama 1 tahun sebagai *Fitness Consultant* pada salah satu cabang Tweak MOVE! Kota Bandung dalam wawancara penelitian sebagai informan menyatakan:

“Tweak Move ini area gym yang berdiri sejak awal covid-19 dan memang baru ada di Kota Bandung belum meluas ke daerah-daerah lain. Tweak ini punya beberapa cabang yang bisa diakses pada *tweak apps*. Disitu bisa dilihat kelas yang tersedia di tweak dan pengguna juga kami udah pakai scan barcode ketika *check-in* visit pada gym. Awal dibuat *gym* ini waktu pandemi kan ada *social distancing* dari pemerintah, jadi tweak ini memiliki konsep *gym* yang selalu mengutamakan kebersihan dan kenyamanan pengguna. Tweak juga punya *private studio gym* buat member bisa punya sesi waktu latihan secara privasi dan tentu bakal lebih fokus untuk latihannya.” (Dita, Wawancara Penelitian, 23 Juli 2024).

Dari hasil pemasaran tersebut, bahwa Tweak MOVE! memiliki beberapa cabang di Kota Bandung yang sudah terintegrasi oleh penggunaan teknologi yaitu *tweak apps* dalam memudahkan pengguna dalam mengakses gym dan melihat program serta kelas-kelas yang tersedia.

Menurut Kent Reyner salah satu *Co Founder* dari Tweak MOVE! Kota Bandung dalam penelusuran tribunnews.com per-23 Februari 2024, Tweak MOVE! merupakan salah satu *fitness center* berbasis *private gym* yang menghadirkan sebuah solusi untuk masyarakat khususnya pengguna melakukan olahraga dengan aman dan nyaman karena memiliki kapasitas yang terbatas. Kent mengharapkan konsep *private gym* ini bisa menjadi solusi untuk masyarakat tetap merasa aman saat berolahraga pada

masa pandemi COVID-19. Kent memaparkan bahwa dalam berolahraga sangat sulit untuk dilakukan secara konsisten dan berkepanjangan. Dalam hal tersebut, Tweak MOVE! memiliki sebuah campaign yang menarik yaitu “*move saja dulu*” agar para masyarakat khususnya para pemula bisa berolahraga dengan intensitas yang lebih sering. Tweak MOVE! juga lebih fleksibel dan terikat mengenai sistem pembayaran ketimbang fitness lainnya.

Menurut Kent, *Fitness center* pada pesaingnya memiliki pembayaran yang harus terikat dengan *membership*, sehingga mempersulit untuk masyarakat khususnya para pemula yang ingin berolahraga secara aman tetapi memiliki keterbatasan biaya pada saat pandemi COVID-19. Tweak MOVE! menyediakan sistem pembayaran *per-visit* dan tidak ada *membership* secara berkepanjangan. Pelanggan juga bisa memilih beberapa jenis olahraga yang sesuai dengan kebutuhannya seperti *Fitness Center*, *Private gym*, *Studio Strength*, dan *Studio Cardio*.

Pusat Kebugaran Tweak MOVE! hadir selama pandemi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin tetap berolahraga sambil tetap merasa aman terhadap kebersihan dan minimnya interaksi dengan banyak orang. Tweak MOVE! selalu memprioritaskan kebersihan dan membatasi jumlah pelanggan di setiap kelas atau ruangnya. Setiap sesi diakhiri dengan pembersihan menyeluruh menggunakan disinfektan, sehingga pelanggan berikutnya dapat berolahraga dalam lingkungan yang bersih dan nyaman. Selain itu, pusat kebugaran ini melakukan *deep cleaning* bulanan dan menyediakan disinfektan bagi pelanggan untuk membersihkan alat sebelum

digunakan. Tweak MOVE! menawarkan berbagai konsep kebugaran, yang berbeda dalam hal luas ruangan, kapasitas pelanggan, dan kelengkapan alat olahraga. Berikut ini adalah daftar cabang Tweak MOVE! beserta konsep dan kapasitasnya.

Tabel 1. 1
Daftar Tweak MOVE! di Kota Bandung

No.	Nama	Lokasi	Fasilitas	Kapasitas Pelanggan
1.	Tweak MOVE! Hyper Square Fitness	Jl. Pasir Kaliki No.25-27, Blok. G-201 s/d G-205, Lt.2 Andir	<ul style="list-style-type: none"> • Private Group Training • Studio Strength • Fitness 	10 orang/sesi
2.	Tweak MOVE! Sumatra Fitness	Jl. Sumatra No.9, Sumur Bandung	<ul style="list-style-type: none"> • Fitness • Private Group Training 	10 orang /sesi
3.	Tweak MOVE! Studio Majesty	Jl. Surya Sumantri No.91, Sukajadi	<ul style="list-style-type: none"> • Studio Strength • Open Gym 	4 orang /sesi
4.	Tweak MOVE! Studio Mekarwangi	Jl. Mekar Puspita No.39B, Bojongloa Kidul	<ul style="list-style-type: none"> • Open Gym • Studio Strength • Studio Cardio 	5 orang /sesi
5.	Tweak MOVE! Studio Novotel	Jl. Cihampelas No.23-25, Cicendo	<ul style="list-style-type: none"> • Studio Strength • Open Gym 	5 orang /sesi
6.	Tweak MOVE!	Jl. Bengawan No.57,	<ul style="list-style-type: none"> • Studio Strength • Cardio 	5 orang /sesi

	Studio Bengawan	Bandung Wetan		
7.	Tweak MOVE! Private Gym Opus One	Jl. Setibudhi, No.49-51, Sukajadi	<ul style="list-style-type: none"> • Private Gym 	3 orang /sesi
8.	Tweak MOVE! Studio & Private Gym Sunda	Jl. Sunda No.85, Sumur Bandung	<ul style="list-style-type: none"> • Private Gym • Studio Strength 	<ul style="list-style-type: none"> • Studio (6 orang /sesi) • Private Gym (3 orang /sesi)
9.	Tweak MOVE! Studio & Private Gym Setra Murni	Jl. Setramurni Raya No.33, Sukasari	<ul style="list-style-type: none"> • Private Gym • Studio Cardio 	<ul style="list-style-type: none"> • Studio (6 orang /sesi) • Private Gym (4 orang /sesi)
10.	Tweak MOVE! Yoga Heart	Gg. Pajiping Utara, 31/5b, Cicendo	<ul style="list-style-type: none"> • Studio 	<ul style="list-style-type: none"> • Studio (9 orang /sesi)

(Sumber : <https://tweakindonesia.id/>)

Konsep *Fitness* merupakan konsep paling lengkap yang ditawarkan oleh Pusat Kebugaran Tweak MOVE!. Konsep ini memiliki ruang yang luas dan dilengkapi dengan alat serta mesin fitness yang lebih lengkap dibandingkan dengan konsep lainnya. Di konsep studio dan fitness ini, tersedia program kelas reguler dengan kapasitas terbatas, termasuk *Muay Thai, Pulse, Strength and Cardio, Functional, Calisthenics, Yoga, Pound Fit, Fatburn Extreme, dan Cardio Dance*. Jadwal program kelas ini diumumkan secara berkala melalui media sosial dan situs web.

Pusat Kebugaran Tweak MOVE! juga menyediakan berbagai jenis layanan. Pelanggan yang ingin menggunakan layanan ini dapat menghubungi contact person melalui media sosial Instagram dan WhatsApp. Karena sistem yang diterapkan tanpa

membership, pelanggan dapat membayar sesi (program kelas, fitness, atau sewa ruangan) dengan sistem pembayaran non-tunai menggunakan *Tweak Points* (TP). *Tweak Points* adalah alat pembayaran di Tweak MOVE! dimana pelanggan dapat membeli poin dengan minimal pembelian senilai Rp.100.000 (100 TP). *Tweak Points* tidak memiliki tanggal kadaluarsa dan dapat digunakan untuk membayar sesi dengan harga spesial. Berikut ini adalah daftar layanan yang tersedia beserta biayanya.

Tabel 1. 2
Daftar Layanan di Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Kota Bandung

No.	Nama Layanan	Keterangan	Biaya
1.	<i>Semi Private Class</i>	Program kelas reguler dengan kapasitas maksimal 6-12 orang. Latihan didampingi pelatih sesuai dengan program kelas yang dipilih, bersama pelanggan lain, menggunakan ruangan studio atau fitness.	Harga normal: Rp.85.000 - Rp.90.000/sesi Dengan Tweak Points: 75-80 TP/sesi
2.	<i>Private Class</i>	Kapasitas maksimal 2 orang. Latihan didampingi pelatih sesuai dengan	Harga normal: Rp.160.000/sesi Dengan

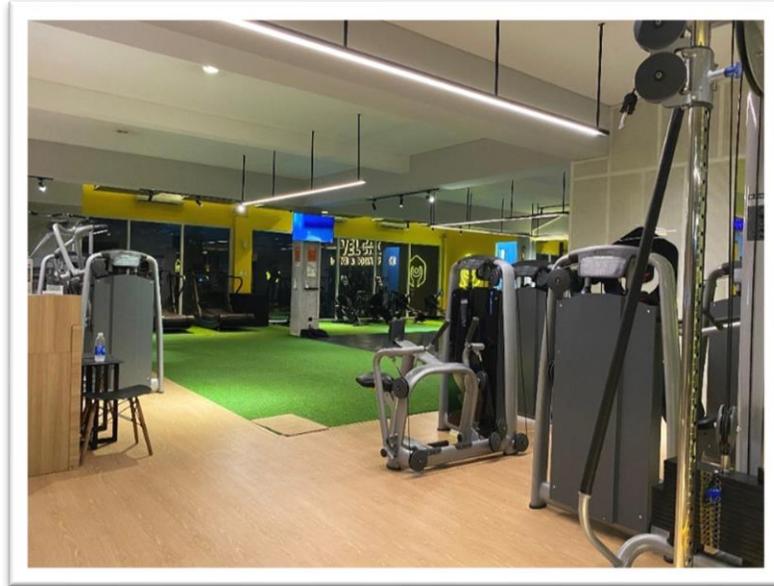
		program kelas yang dipilih, menggunakan ruangan private gym.	Tweak Points: 150 TP/sesi
3,	<i>Open Class</i>	Program kelas semi private di luar jadwal program kelas reguler. Pelanggan dapat memilih jam berlatih, program kelas, dan pelatih yang diinginkan.	Harga normal: Rp.75.000 - Rp.85.000/sesi Dengan Tweak Points:75-80 TP/sesi
4	<i>Fitness</i>	Menggunakan layanan fitness dengan kapasitas maksimal 10 orang (<i>sharing space</i>)	Harga normal: Rp.40.000/jam Dengan Tweak Points: 30 TP/jam
5.	Sewa Ruang Studio	Menyewa ruangan studio yang dilengkapi dengan alat olahraga, dengan kapasitas maksimal 60 orang	Harga normal: Mulai dari Rp.170.000/jam Dengan Tweak Points160 TP/jam

6.	Sewa Ruang <i>Private Gym</i>	Menyewa ruangan private gym yang dilengkapi dengan alat olahraga, dengan kapasitas maksimal 4 orang.	Harga normal: Rp.80.000/jam Dengan Tweak Points: 70 TP/jam
7.	<i>Private Training</i>	Program latihan privat bersama pelatih. Pelanggan dapat memilih pelatih sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, contoh: <i>weight loss, fat loss</i> , dl	Mulai dari Rp.250.000/sesi

Sumber <https://www.instagram.com/tweak.indonesia/>

Pada Tweak MOVE! *Fitness* dirancang khusus untuk latihan beban atau *weight lifting training* dengan kapasitas maksimal 10 orang. Fasilitas ini memiliki beberapa area yang masing-masing dilengkapi dengan peralatan khusus untuk mendukung berbagai jenis latihan.

Gambar 1. 1
Tweak MOVE! Fitness



(Sumber: Peneliti, 2024)

Pada pusat kebugaran tersebut, terdapat *Machine Area* yang menawarkan berbagai mesin latihan beban untuk melatih kelompok otot yang berbeda dengan pengaturan beban yang dapat disesuaikan. Area ini cocok untuk latihan dengan teknik yang tepat dan aman, terutama bagi mereka yang baru memulai. *Cardio Area* yang menyediakan peralatan seperti *treadmill*, *sepeda stasioner*, dan *elliptical*. Area ini berfungsi untuk pengguna melakukan latihan kardiovaskular yang penting untuk kesehatan jantung dan pembakaran kalori, baik sebagai bagian dari pemanasan atau sebagai latihan terpisah.

Cable Area dilengkapi dengan peralatan kabel yang fleksibel. Pengguna bisa berlatih dengan berbagai sudut dan gerakan yang dapat disesuaikan. Area ini ideal untuk latihan otot dengan gerakan yang lebih fokus pada bagian tubuh tertentu.

Dumbbell Area menawarkan berbagai ukuran dumbbell, memungkinkan latihan dengan beban bebas untuk meningkatkan kekuatan, keseimbangan, dan stabilitas otot. Area ini memberikan kebebasan dalam memilih beban dan melakukan berbagai gerakan latihan. Secara keseluruhan, *Tweak MOVE! Fitness* menyediakan lingkungan yang terhubung dengan peralatan dan area khusus untuk mendukung latihan beban yang efektif.

Gambar 1. 2
Tweak MOVE! Studio

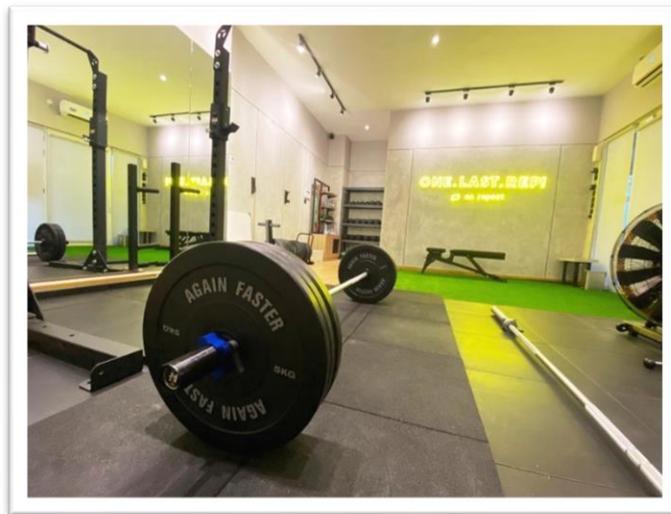


(Sumber: Peneliti, 2024)

Pada *Tweak MOVE! Studio* menyediakan beragam program dan kelas kebugaran yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan latihan anggotanya. Studio ini menawarkan puluhan variasi kelas yang mencakup latihan seperti *Yoga*, *Muay Thai*, *Circuit Class*, *Calisthenics*, dan masih banyak lagi. Dengan berbagai pilihan ini, pengguna dapat memilih program yang sesuai dengan tujuan kebugaran mereka, apakah itu meningkatkan fleksibilitas dan kekuatan tubuh.

Tweak MOVE! Studio memastikan bahwa setiap anggota dapat mengakses kelas sesuai dengan waktu yang mereka pilih agar anggota dapat menyesuaikan rutinitas latihan mereka dengan jadwal pribadi, memudahkan mereka untuk tetap konsisten dalam program kebugaran mereka.

Gambar 1. 3
Tweak MOVE! Private Gym



(Sumber: Peneliti, 2024)

Keunikan yang dimiliki oleh Tweak MOVE! dari pusat kebugaran lainnya adalah memiliki salah satu *Private Gym* untuk para pengguna bisa menggunakan ruangan tersebut secara keseluruhan tanpa kehadiran *member* lainnya dengan batas waktu tertentu. *Private gym* adalah fasilitas kebugaran yang dirancang untuk memberikan pengalaman latihan yang lebih pribadi dan eksklusif dibandingkan dengan *gym* pada umumnya. *Private gym* melayani hanya sejumlah kecil anggota atau bahkan

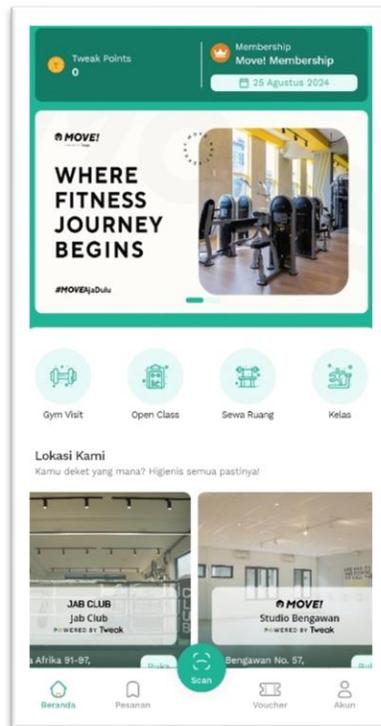
individu secara pribadi, yang memungkinkan pengguna menikmati latihan secara privasi dan fokus yang lebih besar pada kebugaran mereka.

Pada *Private Gym* suasana latihan cenderung lebih tenang dan bebas dari keramaian, sehingga memungkinkan anggota untuk berlatih tanpa gangguan dari orang lain. Fasilitas dan peralatan yang tersedia lebih *modern* atau disesuaikan dengan kebutuhan pengguna dalam memberikan akses ke alat-alat yang mungkin tidak tersedia di gym umum.

Layanan yang ditawarkan Tweak MOVE! pada *Private Gym* meliputi sesi latihan dengan *personal trainer* yang memberikan perhatian penuh dan menyesuaikan program yang sesuai dengan tujuan dan kemampuan individu. Program latihan di *Private Gym* memudahkan anggota mencapai hasil yang lebih optimal karena banyak individu yang memilih fasilitas ini untuk investasi yang memiliki berbagai keuntungan seperti privasi, dan lingkungan latihan yang lebih nyaman.

Tweak MOVE! memiliki layanan digital berupa aplikasi pada smartphone untuk pengguna melakukan akses pada *Gym* tersebut. *Menu Scan* pada pengguna saat memasuki area *gym* yang berfungsi untuk *check in visit pada gym* agar memudahkan pengguna Tweak MOVE!. Pengguna wajib melakukan scan melalui aplikasi tersebut dan menunjukkan kepada *customer service* pada *lobby* saat memasuki lokasi *gym*.

Gambar 1. 4
Beranda Aplikasi Tweak MOVE!



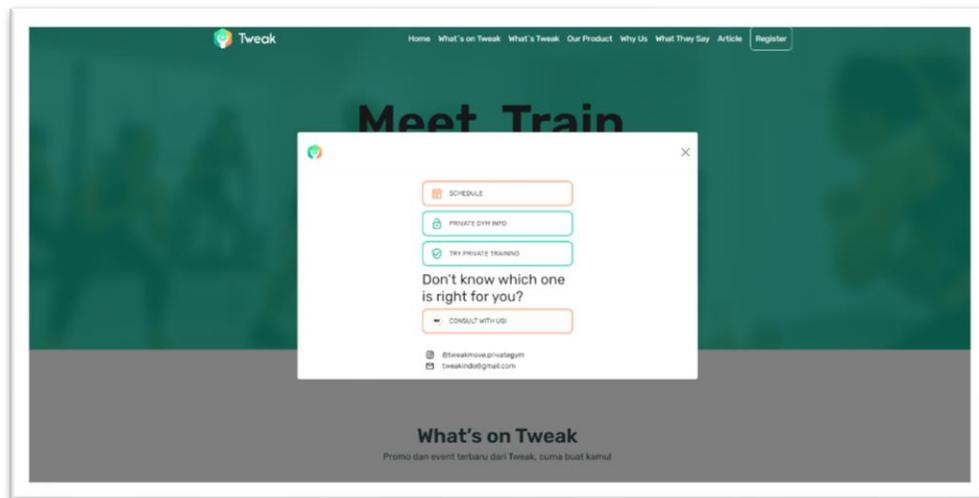
Sumber : Aplikasi Tweak MOVE!

Pada aplikasi tersebut, pengguna juga bisa mengetahui beberapa keterangan lokasi yang tersedia layanan kelas untuk bisa dikunjungi. Pengguna juga bisa melihat beberapa jenis kelas yang tersedia berdasarkan waktu dan lokasi pada beberapa cabang Tweak MOVE! seperti *MuayThai*, *Fun Move*, *Fun Strength Training*, *Calisthenic*, dan masih banyak lainnya. Fitur Sewa Ruang atau *Private Gym* bisa memudahkan para pengguna untuk memilih dan melakukan penyewaan ruang dalam waktu tertentu. Layanan ini menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki Tweak MOVE! dalam memberikan hal yang cukup berbeda dari akses kebugaran pesaingnya.

Pusat kebugaran pada umumnya, menyediakan program uji coba atau *free trial* untuk membantu calon anggota mencoba fasilitas dan layanan *gym* sebelum memutuskan untuk berlangganan. Selama periode *free trial* ini, pengunjung dapat memanfaatkan berbagai peralatan *gym* dan fasilitas-fasilitas yang tersedia. Program ini memberi kesempatan untuk menilai kebersihan, kondisi peralatan, dan suasana pada *gym* tersebut.

Calon anggota juga dapat berinteraksi dengan staf dan pelatih pribadi, yang akan memberikan sedikit pengenalan mengenai penggunaan peralatan dan informasi tentang berbagai program latihan untuk menilai pada *gym* tersebut bisa memenuhi memenuhi kebutuhan kebugaran mereka dari segi lokasi, biaya, dan fasilitas yang ditawarkan. Program uji coba atau *free trial* ini bertujuan untuk memastikan bahwa calon anggota merasa nyaman dan yakin sebelum membuat komitmen jangka panjang dalam memutuskan bergabung pada *gym* tersebut.

Gambar 1.5
Free Trial pada Website Tweak MOVE!



(Sumber : <https://tweakindonesia.id/>)

Pada Tweak MOVE! Kota Bandung memiliki program *free trial* yang tersedia seperti halnya pusat kebugaran lainnya. Program tersebut dapat diakses oleh mereka yang mendapatkan promosi yang diperoleh dari iklan yang tersebar di beberapa media sosial seperti Instagram, maupun Facebook Ads. Website resmi pada Tweak MOVE! juga menyediakan program atau layanan *Try Private Training* yang berfungsi untuk calon anggota terhubung dengan *Customer Service* melalui media *online* yaitu *WhatsApp* terkait informasi seputar *Free Trial*. Pada bagian pemasar Tweak MOVE! khususnya *Fitness Consultant* yang bertugas untuk melayani calon anggota yang akan mencoba program *Free Trial*. Bagian pemasar tersebut akan menghubungi melalui *personal chat* untuk membangun komunikasi dan membuat janji temu dalam pelaksanaan program *Free Trial* selama *1 hari* serta memberikan pengetahuan informasi mengenai *benefit* apa saja ketika bergabung pada *gym* tersebut. *Fitness*

Consultant akan melakukan *booking system* kepada non-member yang ingin melakukan pelaksanaan agar bagian pemasar bisa mengatur jadwal untuk dilakukan pelaksanaan pada program *free trial* tersebut. Pada bagian akhir program tersebut, bagian pemasar akan melakukan beberapa evaluasi kepada calon anggota untuk menindaklanjuti ke tahap berikutnya yaitu keputusan bergabung menjadi *membership*.

Program *free trial* pada *gym* khususnya Tweak MOVE! Kota Bandung diharapkan bisa menjadi peluang bisnis mereka ditengah persaingan industri bisnis pusat kebugaran yang serupa dalam meningkatkan minat masyarakat khususnya *non-member* yang bisa memutuskan menjadi *member* secara berkelanjutan untuk menjaga gaya hidup sehat dalam jangka panjang. Pemanfaatan program uji coba gratis ini memerlukan perencanaan yang strategis oleh bagian pemasaran untuk membangun kesadaran merek Tweak MOVE! di kalangan masyarakat. Bagian pemasaran perlu mengedukasi calon anggota mengenai berbagai keunggulan yang dimiliki Tweak MOVE! dibandingkan dengan pusat kebugaran lainnya. Dalam hal ini termasuk menjelaskan fitur-fitur, fasilitas yang ditawarkan, serta manfaat khusus yang bisa diperoleh ketika bergabung. Pada bagian pemasaran perlu memantau lebih lanjut bagaimana program ini dapat membantu individu mencapai tujuan kebugaran mereka secara lebih efektif dan efisien.

Dengan memberikan informasi yang jelas dan menyeluruh selama masa *free trial*, calon anggota akan lebih memahami bagaimana Tweak MOVE! dapat memenuhi kebutuhan dan menawarkan nilai tambah seperti program latihan, pelatih, dan fasilitas

tambahan. Hal ini membantu calon anggota membuat keputusan yang tepat dalam memilih pusat kebugara. Pada akhirnya, perencanaan yang matang dan komunikasi yang efektif selama masa uji coba atau *free trial* memastikan bahwa calon anggota dapat menemukan gym yang tepat untuk mencapai

Salah satu *Fitness Consultant* sebagai garda terdepan kepada calon pelanggan yaitu Dita Irvita Yosi mengungkapkan bahwa kelebihan *Free Trial* pada wawancara penelitian bahwa Tweak MOVE! sebagai berikut:

“*Free trial* ini sama seperti gym-gym lain pada umumnya, Tapi jarang banget gym yang memberikan kesan pertama yang baik diawal. Biasanya kami ada *system booking* buat yang mau coba trial diawal, biar mereka punya jadwal khusus untuk latihan di gym selama 1 hari biar menyesuaikan keramaian di gym. Jadi gak asal dateng buat *trial*. Kita cari jadwal yang memang tidak sedang ada kelas pada gym tersebut, jadi calon anggota bisa leluasa nyoba alat-alat yang disediakan sama Tweak. Jadi ya dibangun kesan pertama itu penting buat *trial* sebuah gym sih” (Dita, Wawancara Penelitian, 20 Juli 2024).

Berdasarkan hasil pemaparan tersebut, Tweak MOVE! berusaha memberikan kesan pertama yang positif diawal melalui program *Free Trial*. Tujuannya adalah agar calon pelanggan dapat lebih mengenal alat-alat dan fasilitas yang tersedia serta menilai apakah semuanya sesuai dengan kebutuhan mereka. Bagian pemasar juga melakukan panduan tentang program dan promosi setelah pelaksanaan *free trial* dilakukan dengan memahami dan memenuhi kebutuhan serta tujuan kebugaran calon pelanggan.

Adapun kelebihan dan kekurangan pada Tweak MOVE dengan pusat kebugarannya lainnya di Kota Bandung yang memiliki program *free trial* juga dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1. 3
Daftar Program Free Trial pada Pusat Kebugaran Kota Bandung

No.	Nama Pusat Kebugaran	Masa Durasi Program	Kelebihan dan Kekurangan	Harga Membership
1.	Tweak MOVE! Fitness	1 hari	Kelebihan : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Free trial</i> menggunakan <i>system booking</i> • Akses <i>free trial</i> pada website • <i>Free</i> konsultasi Kekurangan : <ul style="list-style-type: none"> • Masa durasi program 	499.000 /bulan
2.	Fit Hub	3-7 hari	Kelebihan : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Free</i> konsultasi • Masa durasi program • Akses <i>free trial</i> pada website Kekurangan : <ul style="list-style-type: none"> • Tidak memiliki <i>system booking</i> pada <i>free trial</i> 	400.000 /bulan
3.	SOSI Baltos	1 hari	Kelebihan : <ul style="list-style-type: none"> • Claim <i>free trial</i> langsung di tempat Kekurangan : <ul style="list-style-type: none"> • Tidak memiliki website resmi • Tidak ada <i>system booking</i> pada <i>free trial</i> • Masa durasi program 	350.000 /bulan

(Sumber : Peneliti, 2024)

Tweak MOVE! Fitness dan Fit Hub menawarkan kesempatan untuk mencoba fasilitas mereka dengan program *free trial*, tetapi ada beberapa perbedaan penting di

antara keduanya. Tweak MOVE! Fitness memberikan *free trial* selama satu hari pada calon anggota yang dapat memanfaatkan fasilitas dengan mengatur jadwal kunjungan melalui *system booking* yang terhubung di website mereka. Ini memberikan keuntungan dalam hal perencanaan dan pengaturan waktu. Selain itu, Tweak MOVE! Fitness juga menyediakan konsultasi gratis selama program ini pada calon anggota untuk mendapatkan informasi lebih mendalam mengenai program dan layanan yang tersedia.

Pada Fit Hub menawarkan masa percobaan gratis yang lebih panjang, yaitu 3-7 hari. Durasi yang lebih lama ini memberikan kesempatan lebih banyak untuk mencoba berbagai fasilitas dan program yang mereka tawarkan. Fit Hub juga mempermudah akses ke masa percobaan dengan memungkinkan melalui website mereka. Pada Fit Hub tidak menyediakan *system booking* untuk *free trial* seperti halnya Tweak MOVE! yang bisa membuat alur kunjungan menjadi kurang fleksibel.

Tweak MOVE! Fitness dan SOSI Baltos memiliki kesamaan dalam program *free trial* ini yang berlangsung selama satu hari. Namun, ada beberapa perbedaan mendasar dalam hal akses. Tweak MOVE! Fitness menyediakan *system booking* untuk calon anggota untuk mengatur kunjungan mereka dengan lebih mudah. Akses untuk *free trial* juga dapat dilakukan melalui website mereka, membuat proses pendaftaran dan perencanaan menjadi lebih nyaman dan terarah. Selain itu, Tweak MOVE! menawarkan konsultasi gratis, yang bisa membantu dalam memahami berbagai layanan dan program yang ditawarkan.

Pada SOSI Baltos memberikan kesempatan untuk mengklaim *free trial* langsung di lokasi mereka. Namun, SOSI Baltos tidak memiliki website resmi atau sistem booking untuk *free trial*, yang mempersulit dalam hal akses informasi dan perencanaan kunjungan. Selain itu, informasi mengenai adanya pelayanan konsultasi gratis selama masa percobaan tidak ada. Sehingga membuat Tweak MOVE! sedikit lebih unggul dari SOSI Baltos dalam hal program *free trial* ini.

Pada program *free trial*, *Tweak MOVE!* memerlukan strategi komunikasi pemasaran yang efektif dalam menarik minat bergabung calon anggota dalam pemanfaatan program ini di tengah persaingan kompetitor pusat kebugaran lainnya di Kota Bandung. Pada hal ini, merujuk pada sebuah konsep pemasaran terpadu terkait strategi komunikasi tercantum pada buku “Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik *Integrated Marketing Communication (IMC)*” dikemukakan oleh Silviani dan Darus (2021:94), mengenai suatu perencanaan yang sistematis mengenai kegiatan atau aktivitas dalam mencapai sasaran khusus. Konsep pemasaran ini terbagi menjadi tiga aktivitas utama yang dilakukan oleh sebuah perusahaan sebagai langkah-langkah untuk meraih tujuan pemasaran mereka yakni, tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Komponen tersebut memiliki beberapa elemen-elemen penting didalamnya untuk mengembangkan strategi komunikasi yang efektif kepada sasaran yaitu masyarakat luas.

Program yang dimiliki Tweak MOVE! yakni *Free Trial* ini memerlukan suatu konsep yang sistematis dalam aktivitas bisnis mereka dengan menentukan perencanaan

komunikasi pemasaran yang matang dan strategis. Pada tahap pelaksanaannya, bauran pemasaran yang tepat juga memiliki peranan yang cukup penting karena memiliki kelebihan dan kekurangan di dalamnya. Pada akhirnya, perusahaan juga penting melakukan riset mendalam terkait perencanaan yang telah dibuat, dan pelaksanaan yang telah dilakukan serta melakukan evaluasi kepada target sasaran mereka untuk mengetahui dampak pada individu tersebut. Dalam hal ini adalah calon pelanggan yang telah mengikuti serangkaian program *Free Trial*.

Pada hal ini, peneliti ingin meneliti pada bagian pemasar Tweak MOVE! di Kota Bandung dengan menggunakan konsep Strategi Komunikasi Pemasaran *Integrated Marketing Communication* (IMC) pada Program *Free Trial* Tweak MOVE! dengan fokus pada berbagai tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang dilakukan pusat kebugaran tersebut. Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Strategi Komunikasi Pemasaran Tweak MOVE! di Kota Bandung melalui Program *Free Trial* dalam Menarik Minat Bergabung *Non-Member*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat peneliti mengangkat rumusan masalah peneliti sebagai berikut:

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan dengan latar belakang masalah diatas, maka peneliti menyusun rumusan masalah makro sebagai berikut **“Bagaimana Strategi**

Komunikasi Pemasaran Tweak MOVE! di Kota Bandung melalui Program *Free Trial* dalam Menarik Minat Bergabung *Non-Member?*”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Untuk menganalisa fokus penelitian pada rumusan masalah makro diatas, maka peneliti menyusun rumusan masalah mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana tahap **Perencanaan (*Planning*)** Tweak MOVE! di Kota Bandung melalui Program *Free Trial* dalam menarik minat bergabung *Non-Member?*
2. Bagaimana tahap **Pelaksanaan (*Implementation*)** Tweak MOVE! di Kota Bandung melalui Program *Free Trial* dalam menarik minat bergabung *Non-Member?*
3. Bagaimana tahap **Evaluasi (*Evaluation*)** Tweak MOVE! di Kota Bandung melalui Program *Free Trial* dalam menarik minat bergabung *Non-Member?*

1.3 Maksud & Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan Strategi Komunikasi Pemasaran Tweak MOVE! di Kota Bandung melalui Program *Free Trial* Dalam menarik minat Bergabung *Non-Member*.

1.1.1 1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Tweak MOVE! di Kota Bandung dalam melakukan tahap **Perencanaan** (*Planning*) melalui Program *Free Trial* untuk menarik minat bergabung *Non-Member*.
2. Untuk mengetahui Tweak MOVE! di Kota Bandung dalam melakukan tahap **Pelaksanaan** (*Implementation*) melalui Program *Free Trial* untuk menarik minat bergabung *Non-Member*.
3. Untuk mengetahui Tweak MOVE! di Kota Bandung dalam melakukan tahap **Evaluasi** (*Evaluation*) melalui Program *Free Trial* untuk menarik minat bergabung *Non-Member*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dapat diuraikan dari perspektif teoritis dan praktis sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Pada penelitian ini, peneliti berharap akan memberikan kontribusi bagi perkembangan Ilmu Komunikasi secara umum dan khususnya pada bidang Komunikasi pemasaran.

3 1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis pada penelitian ini mencakup implementasi praktis guna hasil penelitian bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Peneliti juga berharap hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang luas, dan bisa menjadikan pemecahan masalah di berbagai bidang. Kegunaan yang lebih spesifik, peneliti membaginya sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini membawa manfaat dengan memberikan pemahaman baru kepada para peneliti di bidang Ilmu Komunikasi tentang bagaimana komunikasi dapat diterapkan untuk mencapai tujuan di masa depan. Peneliti juga menjadikan penelitian ini sebagai sarana untuk mengaplikasikan bidang keilmuan selama masa perkuliahan berlangsung. Peneliti berharap, penelitian ini dapat meningkatkan keterampilan diri, pemecahan masalah yang kritis dalam sebuah fokus penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran Tweak MOVE! di Kota Bandung melalui Program *Free Trial* dalam menarik minat bergabung *Non-Member*.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM), khususnya bagi mereka yang belajar

dalam Program Studi Ilmu Komunikasi. Penelitian ini dapat menjadi sumber tambahan literatur dan referensi bagi mahasiswa, serta memberikan wawasan yang lebih jelas tentang penelitian di bidang komunikasi pemasaran di masa mendatang.

3. Bagi Tweak Move

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan rekomendasi pada Tweak MOVE! di Kota Bandung dalam melakukan Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Program *Free Trial* dalam menarik minat bergabung *Non-Member* sehingga diharapkan akan menjadi salah satu referensi untuk meningkatkan perkembangan bisnis dan kemajuan perusahaan kedepannya.