BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Setiap produk pasti tidak lepas dari promosi untuk memperkenalkan dan menawarkan produk tersebut pada masyarakat luas. Banyak sekali cara promosi yang dapat dilakukan oleh setiap perusahaan untuk memperkenalkan dan menawarkan produknya, salah satunya promosi dengan cara periklanan.

Periklanan merupakan bagian yang penting bagi suatu produk dengan tujuan agar masyarakat lebih mengenal produk tersebut sehingga pada akhirnya akan disukai dan memiliki keinginan untuk membelinya. Iklan dapat berupa media elektronik, media internet, ataupun media cetak tetapi apapun bentuk iklan tersebut jika iklan memiliki daya tarik yang baik maka akan sangat mudah untuk memengaruhi konsumen dalam mengingat produk suatu perusahaan. Daya tarik sebuah iklan tersebut bisa dilihat dari warna-warna yang digunakan dalam iklan, terdapatnya bentuk atau gambar yang menarik merupakan ciri khas dari perusahaan agar lebih mudah dikenali dan diingat. Hal-hal tersebut menjadi bagian dari iklan yang harus dibuat semenarik mungkin agar iklan menjadi mudah dikenali konsumen dan mudah diingat. Tanpa iklan, para produsen dan distributor tidak dapat menjual produk-produk barang dan jasanya.

Salah satu perusahaan yang banyak menggunakan media cetak dan internet sebagai promosi adalah PT. Eksonindo Multi Product Industry (EMPI), yang merupakan produsen dari tas Exsport. PT. EMPI adalah perusahaan yang bergerak dibidang *fashion industry* seperti pembuatan tas, *fashion* dan aksesoris. Perusahaan ini memulai bisnisnya pada tahun 1956 sebagai firma kecil yang memproduksi tas-tas sekolah dengan berbagai macam model. Kemudian pada tahun 1979 perusahaan tersebut mulai fokus dalam pembuatan tas khususnya tas ransel yang didominasi oleh pelajar sekolah. Perusahaan tersebut didirikan oleh Ronny Lukito di Bandung dengan membangun tempat diwilayah Kopo serta

diluncurkannya tas yang bernama Exxon namun berubah kembali menjadi Exsport gabungan dari kata *Export* dan *Sport*, dan hingga sekarang nama Exsport sudah terkenal diberbagai pelosok Indonesia.

Exsport memiliki program baru dalam menawarkan tasnya yaitu konsumen dapat membuat tasnya sendiri dengan nama, gambar, bahkan warna yang diinginkan sendiri oleh konsumen serta konsumen dapat mengetahui tahap-tahap pembuatan sebuah tas yang dilakukan ditempat langsung. Program ini bernama *Create Your Personal Style Backpack*, program ini lebih memprioritaskan kepribadian dimana disetiap pembuatan tasnya akan berbeda baik itu dari segi warna maupun tanda seperti nama ataupun gambarnya. Selain itu pada program tersebut disediakan alat yang bernama *Configurator,* dimana konsumen tas Exsport dapat terbantu untuk mencocokan kriteria warna yang diinginkan, ada sepuluh warna pilihan yang telah disesuikan oleh Exsport dan menjadi warna-warna favorit dari konsumen produk tas Exsport diantaranya merah, merah muda, biru langit, biru, coklat tua, coklat muda, kuning, jingga, abu-abu dan hitam. Lama pengerjaan untuk satu buah tas siap pakai terhitung dua hingga tiga jam pengerjaan dan untuk melengkapi kepribadian konsumen, Exsport memberikan tambahan seperti pembuatan nama atau *signature* disetiap tasnya, ada enam karakter jenis huruf dan huruf-huruf tersebut dapat diwarnai, teknik pengerjaanya menggunakan teknik bordir. Karena program ini terhitung baru dua bulan dikenalkan oleh pihak Exsport maka promosi yang dilakukan tidak terlalu banyak sehingga tidak banyak konsumen yang mengetahui program baru ini. Program ini baru di promosikan melalui media-media sosial *internet* seperti pada Facebook dan *X-Banner* yang terdapat pada *Showroom* Exsport *Station* Bandung.

Karena kurangnya pengetahuan remaja sebagai konsumen terhadap produk atau program terbaru dari tas Exsport yaitu *Create Your Personal Style Backpack*, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian lebih dalam terhadap program terbaru dari Exsport ini dan sekaligus ingin mempromosikan program tersebut kepada khalayak khususnya pada konsumen dari produk tas Exsport yang

rata-rata remaja agar lebih mengetahui program terbaru dari Exsport khususnya pada program *Create Your Personal Style Backpack.*

I.2 Identifikasi Masalah

Berikut adalah identifikasi masalah yang terjadi pada latar belakang masalah

- Kurangnya pengetahuan remaja terhadap program Exsport *Create Your Personal Style Backpack*.
- Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak Exsport terhadap program terbaru seperti *Create Your Personal Style Backpack*.

I.3 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah yang terjadi pada identifikasi masalah

- Bagaimana masyarakat khususnya target konsumen tas Exsport dapat mengetahui promosi yang efektif untuk program terbaru dari Exsport khususnya pada program *Create Your Personal Style Backpack*.

I.4 Batasan Masalah

Dengan terpaparnya rumusan masalah yang terjadi, maka masalah dapat difokuskan pada penelitian terhadap produk tas Exsport, yaitu

- Usia dapat mempengaruhi batasan masalah, seperti pada usia remaja berumur 10-15 tahun sebagai pelajar yang merupakan target yang relevan terhadap konsumen produk tas Exsport dan dapat di teliti dilihat dari tingkah laku dan perilakunya sehari-hari.
- Letaknya di kota Bandung yang memiliki tempat strategis sebagai kota industri kreatif dan terutama tempat dimana pertama kalinya tas Exsport itu ada dan didistribusikan.

1.5 Tujuan Perancangan

Bertujuan untuk memperkenalkan atau mempromosikan program terbaru dari tas Exsport yaitu *Create Your Personal Style Backpack* kepada target konsumen tas Exsport khususnya remaja dengan pendekatan baik itu visual maupun verbal yang disesuaikan agar promosi tersebut dapat diterima dan mendapatkan simpatik dari masyarakat khususnya konsumen tas Exsport.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh yaitu membantu pihak Exsport untuk merangkul masyarakat khususnya konsumen tas Exsport agar mengetahui kehadiran program-program terbaru dari Exsport khususnya pada program *Create Your Personal Style Backpack* yang yang mengajak konsumen agar lebih dekat dengan Exsport sebagai produk yang *Up to date*, *Stylish* dan *Colorful*, yang sebagaimana penulis ketahui bahwa produk tas Exsport ini memiliki keunikan tersendiri dalam desain, warna dan bentuk yang dapat menjadi *Brand Awareness* di benak masyarakat.