

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Konteks Penelitian

Saat ini, olahraga lari semakin populer di Indonesia karena masyarakat semakin menyadari pentingnya olahraga. Banyak yang awalnya hanya melakukannya untuk bersenang-senang, namun kini menjadi komitmen untuk berlatih dan meraih prestasi dalam kompetisi. Penggiat lari kini melihat lari bukan hanya sebagai aktivitas fisik untuk menjaga kebugaran tubuh, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup. Sebagian masyarakat memiliki berbagai tujuan saat mengikuti olahraga lari, termasuk kompetisi sebagai ajang rekreasi dan aktualisasi diri, sebagaimana dinyatakan oleh Nazik et al. (2015). bahwa aktualisasi diri, tanggung jawab kesehatan, dan dukungan sosial adalah cara untuk mengelola stres melalui gaya hidup sehat.

Dalam kehidupan sehari-hari, olahraga adalah salah satu jenis aktivitas fisik yang direncanakan dan diberi struktur dengan gerakan tubuh berulang-ulang. Sangat penting untuk tetap sehat dan bugar untuk mencapai berbagai tingkat kebugaran. Olahraga juga berarti latihan, aktivitas fisik, rekreasi, bermain, pendidikan, atau sumber pendapatan. Saat ini, banyak sekali masyarakat yang menghabiskan waktu luangnya untuk berolahraga, menunjukkan bahwa olahraga sudah menjadi tren gaya hidup. Kebugaran fisik dapat meningkatkan kinerja; seseorang yang tidak berolahraga tidak akan mampu bekerja dengan beban berat dalam jangka waktu yang lama dibandingkan dengan orang yang memiliki daya tahan fisik atau kebugaran yang baik. Terjadinya peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat. Aktivitas lari, sebagai bentuk olahraga sederhana dan semakin populer (Pranata & Kumaat, 2022). Peningkatan minat masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan olahraga telah menjadi peluang besar dalam pengembangan olahraga. Hal ini dimanfaatkan oleh pemasar acara olahraga untuk mempromosikan gaya hidup sehat melalui berbagai event olahraga (M.Mandy, 2016). Sekilas olahraga lari tampak sebagai olahraga

yang murah meriah dan mudah dilakukan, anpa perlu peralatan khusus dan bahkan bisa dilakukan tanpa alas kaki. Lari juga tidak memerlukan lokasi khusus selama ada ruang untuk berlari. Olahraga ini dapat dinikmati oleh siapa pun, menjadi favorit karena bisa dilakukan sendiri atau bersama orang lain. Banyak yang bergabung dalam komunitas lari untuk berolahraga bersama dalam kelompok atau komunitas.

Salah satu jenis *event* olahraga yang sedang populer di kalangan masyarakat adalah lari. *Event* lari semakin banyak diselenggarakan di berbagai kota di Indonesia termasuk kota Bandung, baik dalam skala lokal, nasional, maupun internasional. Perlombaan lari sering kali dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran untuk sebuah merek, sebagai penanda hari besar, bagian dari perayaan, pengenalan tujuan lembaga, dan juga branding komunitas (Hinch & Ito, 2018). Komunitas olahraga menjadi tempat di mana para pecinta olahraga dapat saling mengenal satu sama lain. Terkadang, pertemanan yang dimulai dari komunitas, bahkan dapat berkembang menjadi kemitraan bisnis. Komunitas olahraga biasanya terbagi berdasarkan jenis olahraga, seperti lari, gowes, renang, dan lain sebagainya. Selain itu, komunitas juga sering dibentuk berdasarkan wilayah tempat tinggal anggotanya. Hal ini karena tujuan utama pembentukan komunitas adalah untuk mengumpulkan orang-orang yang memiliki minat yang sama.

Salah satu komunitas lari lokal di Bandung, yang dikenal dengan nama Kecerun, didirikan pada 17 Januari 2020. Komunitas ini bermula dari gagasan beberapa tokoh pendiri, seperti Kak Galih yang menjabat sebagai captain atau ketua, Kak Rudi, dan Bu Fitri. Mereka memiliki minat yang sama terhadap olahraga, dan pertemuan mereka di sebuah kafe menjadi titik awal terbentuknya ide untuk membentuk komunitas lari.

Komunitas lari kecerun berkolaborasi dengan Yumaju *Coffee* untuk menyelenggarakan *event* "Yumaju to Yumaju X Kecerun *Half Marathon*". Kolaborasi ini merupakan strategi yang menarik untuk mempromosikan gaya hidup sehat sekaligus memperkenalkan produk Yumaju *Coffee* kepada peserta dan penonton acara. *Event* Yumaju to Yumaju X Kecerun *Half Marathon* adalah sebuah acara yang diadakan pada 11 Februari 2024 di Yumaju *Coffee* pusat Jl.

Maulana Yusuf No. Bandung. Rute lari sepanjang 21 km dimulai dari Yumaju Maulana Yusuf, menuju Yumaju Buah Batu, dan kembali ke Yumaju Maulana Yusuf. *Event* yang diadakan oleh Yumaju terbuka untuk umum namun terbatas hanya 150 peserta. diadakan hanya sekali dengan tema *From Yumaju to Yumaju A Journey Of Endurance and Friendship*. menggambarkan perjalanan yang panjang dan penuh perjuangan dari satu *event* ke *event* lainnya, serta nilai-nilai persahabatan yang terjalin di sepanjang perjalanan itu. memiliki konsep yang berbeda dengan *event* yang akan diselenggarakan selanjutnya. *Event* 'Yumaju to Yumaju Half Marathon' memang diadakan hanya sekali, tetapi kolaborasi antara Kecerun dan Yumaju *Coffee* berlanjut pada event-event lain yang diselenggarakan oleh Yumaju *coffee*.



Gambar 1.1

Situasi *Event* Yumaju to Yumaju X Kecerun *Half Marathon*

Sumber : *Instagram* Yumaju *Coffee*

Tujuan diselenggarakan *event* Yumaju to Yumaju X Kecerun *Half Marathon* mempererat hubungan antar pelari, terutama di kota Bandung. Selain itu, acara ini juga bertujuan untuk memberikan dukungan dan motivasi kepada para pelari agar tetap semangat dalam berlatih *half marathon*, serta saling mendukung satu sama lain. *Event* lari seperti ini tidak hanya menarik minat para pelari berpengalaman, tetapi juga menjadi ajang rekreasi bagi masyarakat umum yang ingin hidup lebih sehat.

Dibandingkan dengan Komunitas lari Sobat Sabtu yang berkolaborasi

dengan kawan kopi yang berada di Jl. Hayam Wuruk, Bandung. Juga menyelenggarakan *event* serupa dengan komunitas Kecerun dan berkolaborasi dengan Yumaju *Coffee*. *Event* tersebut yaitu "*Saturday Fun Run*". Kegiatan yang diselenggarakan dalam *event* ini memiliki segmen termasuk kedalam lari jarak pendek 5 km, rutenya strat – finishnya dari kawan kopi Jl. Hayam -Wuruk – Dago – riau. *Event* ini pun terbuka untuk umum, acara tersebut juga terdapat beberapa dan hadiah-hadiah *doorprize* untuk para peserta yang turut serta dalam *event* tersebut. Tujuan diselenggarakan *event* ini adalah untuk mengajak anak muda untuk berolahraga dan memperluas lingkaran pertemanan. Biasanya, Kawan Kopi mengadakan *event* sekitar 2-3 kali dalam satu bulan. Alurnya adalah Kawan Kopi mengajak kolaborasi dengan komunitas lari di Bandung, atau sebaliknya, komunitas lari yang mengajak Kawan Kopi untuk berkolaborasi dalam mengadakan *event*.

Penulis tertarik untuk meneliti *event* Yumaju to Yumaju X *Kecerun Half Marathon* sebagai objek penelitian karena komunitas ini aktif dalam mengadakan berbagai *event* lokal dan nasional di kota Bandung serta memiliki kerjasama dengan berbagai instansi. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas kecerun memiliki karakteristik yang membedakannya dari komunitas-komunitas lain di kota Bandung. Selain itu, Kecerun juga aktif dan konsisten dalam kegiatan tahunan mereka, memiliki anggota yang besar, dan cukup populer di *Instagram* khususnya di kota Bandung.

Komunitas kecerun juga sering berkolaborasi dengan Yumaju *coffee*. Mereka memiliki semangat yang sama dalam berlari, dari sinilah muncul ide secara tidak sengaja untuk menyelenggarakan *event* Yumaju to Yumaju X *Kecerun Half Marathon*. Yumaju *coffee* juga sering menjadi tempat berkumpul dan difasilitasi untuk para pelari dan pesepeda, mengingat pemiliknya juga memiliki hobi berlari dan bersepeda. Beliau sering ikut serta dalam kegiatan lari dan sepeda, seringkali memilih Yumaju sebagai titik awal dan akhir rute bersama teman-temannya. Karena pemilik Yumaju memiliki minat dalam dunia olahraga lari dan bersepeda, hal itu membuatnya secara alami sejalan dengan minat konsumen yang juga

memiliki hobi serupa. Yumaju menjadi destinasi yang ideal bagi masyarakat yang mencari tempat untuk berdiskusi setelah berolahraga. Oleh karena itu, Yumaju memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari *coffee shop* lainnya yang ada di Bandung.

Dari penjelasan tersebut, menunjukkan bahwa diantara beberapa *coffee shop* yang ada di Bandung. Yumaju mengalami keramaian pengunjung setiap harinya, terutama saat akhir pekan. Yumaju juga terkenal sebagai tempat berkumpulnya para pelari dan pesepeda, terutama di Kota Bandung. Persaingan yang semakin sengit di Bandung disebabkan oleh banyaknya *coffee shop*, mendorong para pengusaha untuk beradaptasi agar tidak ketinggalan jaman. Dalam menghadapi persaingan ini, Yumaju memiliki strategi *event* yang tepat menjadi kunci untuk menarik pasar dan mencapai keunggulan kompetitif. Untuk mencapai tujuan keuntungan, strategi *event* dengan memanfaatkan kolaborasi bersama komunitas lari di Bandung menjadi sangat penting karena strategi adalah cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Pada penelitian ini menggunakan konsep karakteristik event menurut (2013;18) tujuannya untuk memahami bagaimana strategi *event* dan *experience* dapat dirancang untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam komunitas lari dan memperkuat posisi merk yumaju *coffee*. *Event* Yumaju to Yumaju X Kecerun *Half Marathon* termasuk dalam kategori *event* lokal dengan skala yang relatif kecil dan ditujukan untuk komunitas yang terbatas. Meskipun berskala kecil, *event* lokal tetap dijalankan dengan sebaik mungkin untuk memberikan kesan yang mendalam bagi semua peserta. *Event* ini termasuk dalam jenis *event* yang melibatkan pertandingan atau perlombaan. Jenis acara seperti ini memiliki potensi besar untuk menarik sponsor karena audiensnya cenderung terbatas pada para penggemar olahraga yang terpilih, seringkali karena hobi atau sebagai penonton setia.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode kualitatif. Pendekatan ini berfokus pada kasus-kasus yang spesifik dalam suatu kejadian, baik itu melibatkan individu, kelompok budaya, atau potret kehidupan. Studi kasus dianggap sebagai strategi yang lebih tepat ketika pertanyaan penelitian berkaitan dengan bagaimana atau mengapa, dan ketika fokus penelitian

tersebut terletak pada fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2015:1)

Peneliti memilih menggunakan studi kasus karena metode ini tepat untuk menggambarkan proses penyelenggaraan *event* Yumaju to Yumaju X Kecerun Half Marathon yang diselenggarakan oleh Yumaju *Coffee* bekerja sama dengan Komunitas Kecerun. *Event* tersebut merupakan upaya untuk mengajak masyarakat memelihara gaya hidup sehat, sekaligus merupakan strategi pemasaran bagi Yumaju *Coffee* yang dapat memberikan keuntungan dan pengalaman berharga bagi para peserta.

Kolaborasi antara Komunitas Kecerun dan Yumaju *Coffee* memanfaatkan tren ini untuk menciptakan pengalaman yang unik. *Event* yang diselenggarakan oleh Yumaju *Coffee* dan Komunitas Kecerun berjalan lancar karena keduanya memiliki konsep simbiosis mutualisme, di mana keduanya saling menguntungkan. Yumaju *Coffee* menjual produk kepada peserta *event*, sementara Komunitas Kecerun mendapatkan pengalaman dan suasana yang unik setelah mengikuti *event* tersebut. Kolaborasi ini juga mampu menarik perhatian segmen pasar yang memiliki minat yang sama terhadap kopi dan olahraga, membuka peluang bisnis baru dan memperluas basis pelanggan.

Penelitian ini akan mengulas tentang strategi yang digunakan dalam *event* Yumaju to Yumaju X Kecerun *Half Marathon* yang diselenggarakan oleh Yumaju *Coffee*, dengan fokus untuk memahami jalannya *event*. Penelitian ini akan menggunakan karakteristik *event* untuk melengkapi langkah-langkah strategi *event* dan *experience* guna memastikan bahwa *event* tersebut berjalan sesuai dengan harapan. Berdasarkan penjelasan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam mengenai “Strategi *event* dan *experience* pada komunitas lari”.

1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan dengan konteks penelitian. Maka fokus penelitian ini adalah membahas tentang, Bagaimana “Strategi *event* melalui kolaborasi *public healty*

event Yumaju to Yumaju Half Marathon antara komunitas Kecerun Dengan Yumaju *Coffee*?”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dengan konteks penelitian diatas maka perumusan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik *event Yumaju to Yumaju X kecerun Half Marathon* antara komunitas kecerun dengan Yumaju *coffee*?
2. Bagaimana proses penyelenggaraan *event Yumaju to Yumaju X Kecerun Half Marathon* antara komunitas kecerun dengan Yumaju *coffee* ?
3. Mengapa Yumaju Coffee menyelenggarakan *event Yumaju to Yumaju X kecerun Half Marathon*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui karakteristik *event Yumaju to Yumaju X Kecerun Half Marathon* antara komunitas kecerun dengan Yumaju *coffee*.
2. Untuk mengetahui proses penyelenggaran *event Yumaju to Yumaju X Kecerun Half Marathon* antara komunitas kecerun dengan Yumaju *coffee*.
3. Untuk mengetahui alasan Yumaju *Coffee* menyelenggarakan *event Yumaju to Yumaju X Kcerun Half Marathon*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan manfaat secara menyeluruh dari perspektif teoritis dan praktis, yaitu :

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi beberapa kalangan, termasuk penulis sendiri yang ingin belajar tentang strategi *event* dan *experience* pada komunitas lari diharapkan dapat menginspirasi oranglain. Dan mampu memenuhi syarat kelulusan dalam Ujian Akhir Strata Satu. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi

bagi beberapa kelompok, termasuk tetapi tidak terbatas pada:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti mengenai ilmu komunikasi sebagai aplikasi teori khususnya di bidang ilmu komunikasi mengenai strategi *event* dan *experience*.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan yang berharga dalam literatur dan referensi untuk penelitian lanjutan dalam bidang kajian ilmu komunikasi selanjutnya mengenai strategi *event* dan *experience*.

3. Bagi Komunitas Kecerun dan Yumaju *Coffee*

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam merancang *event* yang lebih efektif untuk meningkatkan solidaritas dan kekompakan diantara anggota komunitas lari melalui kegiatan yang terorganisir dengan baik, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang cara-cara baru untuk berinovasi dan mendiversifikasi melalui *event-event* khusus yang dapat menarik segmen pelanggan yang berbeda.