

2. IDENTIFIKASI

2.1. Identifikasi Data

2.1.1. Data Obyek Permasalahan

2.1.1.1. Sejarah Skateboard

Skateboard (sktbrd, -brd) mempunyai arti papan pendek yang mempunyai satu set roda empat dibawahnya, dikendarai dalam posisi berdiri atau merunduk dan sering dipergunakan untuk menunjukkan suatu aksi.¹

Skateboard telah mengalami berbagai inovasi yang penuh dengan kisah yang menarik. Skateboard generasi I tahun 1900-an mirip skuter, yaitu papan kayu yang dibawahnya diberi roda. Seringkali juga diberi kotak dengan tangkai kemudi. Selama lebih dari 5 dekade bentuknya mengalami perubahan dan anak-anak mulai meluncur memakai papan dengan roda besi. Tahun 1950-an mulai dilakukan modifikasi. Tahun 1959 *Roller Derby Skateboard* yang pertama mulai dijual. Roda tanah liat (*clay wheels*) mulai populer dan surfing di trotoar mulai marak. Tahun 1960-an Larry Stevenson, penerbit Surf Guide mulai mempromosikan skateboard. Perusahaan Larry, Makaha, mendesain *board* profesional pertama tahun 1963 dan membentuk tim untuk promosinya. Tahun 1963 diadakan kontes skateboard yang pertama di Pier Avenue Junior School di Hermosa, California. Tahun 1964 Hobie Alter bekerjasama dengan perusahaan juice Vita Pakt menciptakan Hobie Skateboard. Di kala para skater marak menjelajahi jalanan atau trotoar, ada diantaranya yang berjiwa pemberani mulai meluncur di kolam renang kosong tahun 1965, kontes internasional, film (*Skater Dater*), majalah (*The Quaterly Skateboarder*) dan perjalanan lintas alam yang dilakukan oleh tim skateboarder semakin meningkatkan citra olah raga ini. Lebih dari 50 juta papan terjual selama 3 periode dan tahun 1965 banyak skateboarder yang mati kecelakaan akibat keadaan papan yang kurang baik dan pemakaian yang serampangan. Pabrik skateboard tidak banyak melakukan riset dan pengembangan. Walau beberapa pabrik membuat roda yang berkualitas lebih baik, tapi yang termurah adalah *clay wheel*. Namun *clay wheel* tidak memiliki daya cengkeram yang baik pada jalanan. Skateboard mulai dilarang dengan alasan kesehatan dan keamanan. Banyak

¹ Dictionary.com

pabrik, seperti Vita Pakt dan Makaha, menuai kerugian akibat banyaknya pembatalan order untuk natal. Hingga 8 tahun berikutnya, kegiatan skateboard tetap berlangsung diam-diam, khususnya di Santa Monica, California. Selama masa ini Larry Stevenson menciptakan *kicktail* dan mencoba untuk membangkitkan kegiatan skateboard kembali, namun tidak banyak sambutan positif yang didapatnya. Tahun 1970 surfer bernama Frank Nasworthy mengunjungi temannya yang bekerja di pabrik plastik di Purcellville, Virginia. Pabrik ini membuat roda *urethane* untuk *Roller Sport*. Bahan *urethane* tersebut memungkinkan para *roller skater* mendapatkan traksi yang memadai dan Frank lalu menyadari bahwa roda urethane cocok dengan Hobie Skateboard-nya. Ia lalu memutuskan untuk membuat roda skateboard dari *urethane*, dan hasilnya sungguh mengagumkan bila dibandingkan *clay wheel*. Frank mempromosikan produknya di daerah San Diego, namun pada awalnya ia banyak menghadapi penolakan. Tapi seiring berjalannya waktu, roda tersebut mulai mendapatkan pujian. Tahun 1973 Frank Nasworthy's Cadillac Wheels membangkitkan boom skateboarding yang kedua. Pembuat *truck* (alat pemegang roda), seperti Bennett and Tracker, mulai membuat *truck* yang didesain untuk kegiatan skateboard. Tahun 1975 Road Rider mengeluarkan *precision bearing wheel* yang pertama, menandai berakhirnya masa ball bearing. Skateboard slalom, *downhill*, dan gaya bebas mulai marak dilakukan. Skateboarder Magazine bangkit kembali dan segera mendapat ajakan kerjasama dari berbagai media lain yang ingin menanggung keuntungan dari kegiatan skateboarding. Bruce Logan, Russ Howell, Stacy Peralta, Tom Sims, dan Greg Weaver banyak menghiasi berbagai majalah. *Outdoor skatepark* pertama kali dibangun tahun 1976 di Florida, yang lalu diikuti oleh ratusan skatepark lainnya di semua wilayah North America. *Skateboarding* mulai beralih dari horisontal ke vertikal, slalom dan gaya bebas mulai dijauhi. Lebar papan dijadikan 9 inci (sebelumnya hanya 6-7 inci) guna memperbaiki stabilitas permukaan vertikal. Top rider saat itu adalah Tony Alva, Jay Adams, dan Tom "Wally" Inoyoue. Sedangkan Wes Humpston dan Jim Muir sukses sebagai pemasar pertama papan-papan berdesain grafis di sisi bawahnya dengan label Dogtown. Tak lama kemudian hampir semua pembuat papan kemudian memberikan desain grafis di sisi bawah produk-produk mereka.

Di tahun 1978 Alan Gelfand menemukan gerakan "ollie" yaitu gerakan aerial tanpa menggunakan tangan, gerakan ini membawa skateboarding ke level yang lebih

tinggi.² Gaya jalanan berkembang saat para skater mempraktekkan gerakan-gerakan vertikal ke bidang yang datar. Kemudian budaya skateboard melebur dengan budaya punk dan musik *new wave*. Grafis tengkorak-tengkorak merebak di papan-papan skateboards atas jasa si jenius Vernon Courtland Johnson dari Powell Corporation.

Pool skating menjadi sangat populer dan akibat kemajuan teknologi kini para skater dapat melakukan aerial. Asuransi taman skate menjadi masalah besar karena banyak yang cedera. Bahkan asuransi taman skate menjadi terlalu mahal sehingga banyak yang gulung tikar. Di akhir tahun 1980an skateboard mengalami kemunduran dan banyak produsen skateboard terancam bangkrut. Ketika BMX semakin populer dan majalah SkateBoarder berganti nama menjadi Action Now, para skater banyak yang memilih meninggalkan olahraga ini. Sekali lagi *skateboarding* menjadi gerakan bawah tanah. Beberapa *skater hardcore* berlatih di atas pagar-pagar dan tangga-tangga karena taman-semakin banyak taman skateboard yang tutup.

Di tahun 1981 majalah Trasher terbit sebagai upaya untuk memberikan gambaran kondisi *skateboarding* pada *skater-skater hardcore*. Meski telah diupayakan lomba skateboard ternyata uang yang masuk sangatlah sedikit dan hadiahnya sangat memelas. Di tahun 1982 Tony Hawk memenangkan lomba pertamanya di Del Mar Skate Ranch. Tahun 1983 produsen-produsen skateboard seperti Santa Cruz, Powell Peralta dan Tracker mulai melirik terbukanya peluang *skateboarding*. Di saat yang sama Transworld Skateboarding memasuki arena.

Vert riding diperkenalkan di tahun 1984, kepopulerannya diikuti oleh gaya jalanan. *Launch ramps* menjadi populer. Powell Peralta membuat video skate yang pertama "Bones Brigade" dengan bantuan dari para kreatif, CR Stecyk dan Stacy Peralta. Video ini menampilkan seluruh anggota tim skate dan video ini membantu mendongkrak kepopuleran *skateboarding*. Kemudian produsen-produsen baru bermunculan dan *skateboarding* menaiki gelombang kepopulerannya yang ketiga. Bintang-bintang baru pun lahir, termasuk Tony Hawk, Christian Hosoi, Lance Mountain, dan Neil Blender. Di jalanan, Mark Gonzales, Natas Kaupas, dan Tommy Guerrero membuat gaya *ollie* semakin dikenal. Tak ketinggalan adalah *skateboarding* gaya jalanan dan pemenang kategori ini didominasi oleh Rodney Mullen.

Saat pertengahan hingga akhir 1980an ketiga produsen skateboard utama adalah Powell Peralta, Vision/Simsd dan Santa Cruz. Royalti atas papan dan hadiah

² www.skateboarddirectory.com > News > The Physics of the Ollie

lomba nilainya terus menanjak hingga beberapa skater dapat berpenghasilan \$10.000/bulan. Asosiasi Skateboard Nasional, didirikan oleh Frank Hawk, mengadakan berbagai lomba di seantero Amerika Utara dan kemudian dunia. Sepatu-sepatu skateboard seperti Airwalk, Vans dan Vision pun menjadi terkenal bersama-sama dengan pakaian-pakaian skate.

Di akhir dekade tersebut fokus *skateboarding* beralih pada gaya jalanan sehingga popularitas *vert riding* menurun. Beberapa skater pro memutuskan untuk meninggalkan perusahaan sponsor dan mendirikan perusahaan skatonya sendiri. Salah satu skater pertama yang melakukannya adalah Steve Rocco yang mendirikan World Industries. Seiring waktu kondisi *skateboarding* dunia berubah dan sekolah-sekolah *skateboarding* didirikan. Sekolah-sekolah ini memfokuskan pada gaya *ollie*, trik-trik teknis dan berbagai hal yang berkaitan dengan *skateboarding*.

Di tahun 1991 resesi melanda dunia dan industri skate pun terpukul. Seperti di masa lalu banyak produsen dibayang-bayangi kerugian besar. Tak lama industri ini omsetnya semakin negatif dan memasuki proses menemukan diri kembali. Big Brother mulai dipublikasikan di tahun 1992. sama seperti dulu, kaum hardcore tetap berlatih, tetapi erosinya tidak sehebat seperti masa lalu. Di pertengahan 1990 *skateboarding* kembali muncul dan gelombang kemashyuran keempat dimulai. Di tahun 1995 *skateboarding* mendapat liputan yang cukup besar dari ESPN 2 Extreme Games. Produsen-produsen sepatu seperti Vans dan Etnies mulai dapat menjual produknya besar-besaran dan mereka diikuti oleh produsen-produsen lain yang ingin mengecap uang hasil kepopuleran *skateboarding*.

Menjelang akhir 1990an *skateboarding* tetap terfokus pada gaya jalanan dan industri ini penuh dengan berbagai produsen dan pemasar. Di beberapa kasus, skater-skater pro mengembangkan produk sendiri dan menjalankan perusahaannya sendiri. *Longboarding*, yang sempat terlupakan, kini kembali muncul. Sedangkan *skateboarding* gaya meluncur turun memasuki dimensi baru dengan bantuan *street luge*. Peraturan pemerintah yang baru memungkinkan taman-taman skateboard kembali dibuka di California. Kerja keras Jim Fitzpatrick dan Asosiasi Perusahaan Skateboard Internasional menjamin negara-negara bagian lain dapat mengikuti jejak California untuk membangun taman-taman skate.

Sepanjang 40 tahun terakhir *skateboarding* telah mendaki puncak-puncak dan menuruni lembah-lembah. Produk yang jelek, prosedur keamanan, masalah asuransi, dan resesi membawa skateboard ke lembah-lembah. Bagaimanapun, teknologi

skateboarding maju pesat sejak masa roda-roda *clay*. Di masalah cedera, *skateboarding* masih lebih aman daripada sepakbola, sepatu roda, ataupun hoki (dilihat dari jumlah partisipan yang cedera). Di luar masalah resesi dan keamanan, *skateboarding* tak pernah lekang karena ia sangat menyenangkan untuk dilakukan.

Skateboard sebagai olahraga *extreme* juga mencatat rekor-rekor dunia. Danny Way, mencatatkan namanya di sejarah skateboard dalam sebuah kontes *OP King Of Skate* di California dengan mematahkan rekor terlama dan tertinggi di udara.³ Danny Way mencatat rekor berada di udara terlama dengan melayang 65 kaki diatas permukaan tanah dan mendarat setelah meluncur sepanjang 49 kaki. Hari berikutnya Danny Way mencatat rekor untuk tertinggi di udara dengan melompat lebih dari 18 kaki di udara setelah meluncur di quarterpipe. Danny Way mensejajarkan dirinya dengan pencatat rekor dunia lain, diantaranya adalah Gary Hardwick, yang mencatat rekor kecepatan tertinggi dalam mengendarai skateboard. Menggunakan pakaian aerodynamic dan helm, Gary Hardwick mencapai kecepatan hampir 63 miles (100 km) per jam pada lomba yang diadakan di Fountain Hills, Arizona pada tanggal 26 September 1998.⁴ Tony Hawk, selain membuat video skateboard dan membuat trik-trik yang menakjubkan, juga mencatatkan diri dalam sejarah dengan putaran terbanyak di udara. Tony membuat sejarah itu dengan berputar 900 pada *Xgames* tahun 1999. Itu berarti dia berputar dua setengah kali di udara.

Detail-detail *skateboarding*

Skateboard mempunyai berbagai tipe yang berbeda, yaitu :

Street Skating

Skateboarding yang dilakukan di jalan dan pada elemen-elemen yang terdapat di lingkungan sekitar.

Vert Skating

Skateboarding yang dilakukan pada ramps atau alat-alat yang secara khusus didesain untuk bermain skate.

³ www.espn.com Skateboarding World Records | Skateboard History

⁴ www.kingofskate.com

Vert Ramp

Dilakukan pada half-pipe⁵, biasanya setinggi 8 kaki, dengan tempat pijakan berbentuk vertikal pada bagian atas.

Adalah penting untuk menjadi selektif dalam memilih peralatan yang tepat untuk *skateboarding*. Papan skate terdiri dari beberapa bagian yang berbeda. Komponen-komponen ini mempunyai kegunaan teknis yang berbeda untuk berbagai kebutuhan dan gaya bermain.

Secara umum papan skate terdiri dari komponen-komponen yang tersebut dibawah ini :

Deck

Atau papan, biasanya terbuat dari lapisan kayu yang menaik di bagian nose(depan) dan tail(ekor). Mempunyai ukuran dan panjang yang berbeda.

Griptape

Bahan stiker- karet , yang diaplikasikan pada bagian pijakan untuk mengendarai.

Trucks

Bahan yang terbuat dari logam. Setiap papan mempunyai dua buah trucks, yang berada di bagian bawah papan dengan terkait dan mengunci, dimana roda melekat padanya. Trucks digunakan untuk gerakan membelok dan menjaga keseimbangan dalam kecepatan dan derajat membelok yang berbeda.

Wheels

Atau roda. Ada empat buah, terbuat dari bahan yang berbeda-beda untuk lahan maupun peralatan yang berbeda. Bagian ini sangat penting untuk menjaga kualitas, fungsi dan keselamatan dalam mengendarai skateboard.

Bearings

Bearings digunakan untuk kecepatan dan ketahanan. Dua bearing berada dalam masing-masing roda dan dihubungkan dengan sebuah batang, dan mereka terkunci. Bearing diproduksi oleh mesin untuk kualitas terbaik dalam kecepatan dan ketahanan. Bearing tersedia dalam berbagai tingkatan kualitas.

Berikut adalah istilah-istilah yang sering dipergunakan dalam *skateboarding*.

⁵ luncuran yang berbentuk u, biasanya memiliki daerah datar di tengahnya.

ABEC

Ukuran umum bearing; bearing dipakai dalam skala ABEC 1, hingga ABEC 7, skala yang paling sering digunakan oleh skater, meskipun beberapa produsen bearing tidak memberi rating pada bearingnya.

Airwalk

Trik ini dapat dilakukan dengan maupun tanpa memegang papan, ketika berada di udara, kaki depan menendang keluar dan kaki belakang menendang balik sehingga terlihat seperti gerakan berjalan.

Alley oop

Trik berputar yang menyebabkan perpindahan posisi papan, berbalik, berpindah posisi pada kiri dan kanan

Amateur/ AM

Seseorang yang bukan pro

Anchor Grind

Grind yang dilakukan pada truck depan, dengan tail atau ekor mengarah ke belakang, turun dan menjauh dari obstacle/ luncuran

Axle

Pin, terkunci pada dua sisi, yang menggantung dan mengait pada roda

Crooked grind

Nosegrind yang dilakukan bersamaan dengan nose sliding pada waktu yang sama

Dampening

Mengontrol dan meminimalisir sejumlah getaran yang terjadi akibat pemisahan *energy* dari papan dan permukaan tanah. Bahan semacam karet, dilapiskan pada permukaan, untuk menjaga papan lebih tanang dan stabil

Drop In

Memasuki ramp atau obstacle dari atas, dengan melompat

Durometer

Ukuran dan tekanan untuk kekerasan dari roda berbahan urethane

Early Grab

Memegang papan sebelum meninggalkan tanah atau melakukan perpindahan

Grab

Menggunakan tangan untuk memegang atau menahan papan ketika berada di udara

Grommet/ Grom

Skater anak-anak

Half Pipe

Tipe ramp atau luncuran yang berbentuk 'U' dan digunakan untuk *vert skating*

Hand plant

Salah satu trik dimana satu tangan memegang papan ketika satu tangan lainnya melakukan handstand pada ramp atau obstacle

Jump ramp

Ramp/ luncuran kecil untuk memberikan skater lompatan yang tinggi di udara sehingga dapat menampilkan suatu trik

Knee pad

Salah satu pengaman yang dikenakan di lutut

Knee slide

Cara untuk mengontrol jatuh dengan cara meluncur pada plastik yang berada di *knee pad*

Launch

Momen saat seorang skater memulai untuk melakukan sebuah lompatan, dan waktu dimana ia melayang di udara.

Lip

Bagian atas dari dinding *half pipe*

Load up

Memberikan berat pada satu sisi trucks atau sebaliknya

Lock in

Aksi untuk menahan papan pada posisi slide atau grind dengan keadaan paling stabil, untuk manuver yang panjang

mM

Millimeter, ukuran standart yang dipakai untuk diameter roda

Nose

Bagian dari papan yang berada di depan dan lebih panjang daripada bagian ekor

2.1.1.2. Sejarah Perusahaan Quiksilver

Pada jaman batu saat orang-orang tak dikenal membuat/mengukir papan khusus untuk mengendarai ombak , untuk sementara perusahaan selancar telah didirikan.

Aktivitas itu mulai tampak di Hawaii sekitar 1500 tahun yang lalu dengan kedatangan orang suku Polynesia yang pertama. Di benua Eropa ada dua orang yang antusias dengan selancar yaitu Jack London dan Mark Twain.

Reaksi penerimaan selancar sangat cepat tersebar luas melalui penjelajahan seorang pelaut Hawaii bernama Duke Kahanamoku. Duke , perenang dengan sensasi pada Olimpiade 1912 , mengelilingi dunia dengan antusias mempromosikan kebudayaan asli sukunya. Dalam prosesnya Duke memperkenalkan selancar pada Australia , pantai Amerika bagian timur dan orang-orang terkenal di Hollywood.

Pada tahun 1920 terdapat kurang lebih 3000 orang yang menjadikan dirinya sebagai pengendara ombak di dunia. Perang Dunia II mengurangi pertumbuhan aktivitas selancar. Setelah perang berakhir , mulailah dikembangkan bahan baru seperti stereofom , kayu poliyester dan serat kaca yang mendasari terbentuknya konstruksi papan selancar. Dalam hal ini ikut terlibat orang-orang berpengalaman seperti Dale Velay dan Joe Quigg dari suku Malibu yang mulai merakit papan yang lebih “radikal”, peristiwa ini berawal dari perencanaan sebelum perang dimulai. Hal ini memudahkan untuk mengendarai papan dan membuka kesempatan bagi yang antusias pada olahraga ini.

Gaya dan aktivitas berselancar berlangsung pada kurun waktu yang berbeda. Penampilan seperti peselancar ternyata tidak selalu mendukung aktivitas peselancar. Pada awalnya dulu mereka yang berselancar tidak memakai apa-apa. Dengan masuknya abad 21 , peselancar mencoba beradaptasi dengan adanya pakaian renang yang sesuai dengan kebutuhan seorang peselancar.

Pada tahun 1950 , pendukung awal selancar seperti Palos Verdes (pendiri klub selancar “Doc Ball”) , membuat model pakaian sendiri dengan tujuan untuk menemukan pakaian yang dapat dipakai untuk selancar. Pada tahap awal, konvensi (pertemuan untuk menemukan kesepakatan bersama) mencoba menemukan pola pakaian peselancar yang disesuaikan dengan model papan selancar yang bergaya *universal*.

Pada tahun 60’an, seni berselancar muncul sebagai gejala budaya, sebagai contoh, cover ban mobil yang bergambar seorang laki-laki yang mengenakan atribut

peselancar muncul di Malibu, dan pada pengamatan selanjutnya ternyata merupakan awal dari merebaknya budaya berselancar.

Beberapa tahun kemudian , jenis dari sumber pribumi muncul ke pasar : celana pantai Birdwell , aksesoris emas , kanvas yang terbuat dari katun , alang-alang Newport dan “tenda pantai Roy”, semuanya berhiaskan motif pakaian dan papan selancar. Meluasnya produk ini meniru pakaian dari petualang selancar yang dulu dibuat oleh penjahit butik Hawaii seperti M.Nii of Waianae , Taki of Waikiki , H. Muira dan Reyn Spooner. Pakaian ini dibuat dari kain mota yang kaku dan berat yang dibuat khusus untuk bergerak. Pada kenyataannya pakaian selancar itu tidak dirancang dan tidak sesuai untuk aktivitas peselancar.

Ukuran panjang dan berat papan mulai disepakati bersama pada akhir tahun 60’an. Pada masa sekarang ukuran-ukuran itu tidak lagi digunakan untuk menciptakan model dan gaya berselancar. Model pakaian renang yang dipakai pada masa itu, sudah mulai diganti dan disesuaikan dengan berubahnya trend mode yang berlangsung.

Gerakan dan irama laju peselancar pun mulai berkembang. Kalau dulu sekedar mengikuti arah gelombang ombak, sekarang mulai dikembangkan dengan gerakan memotong, salto dan melakukan manuver-manoever yang cerdas dan berani. Gerakan-gerakan ini sungguh indah mengikuti irama akselerasi belokan dan melakukan trik seperti mengitari bagian dalam sebuah tong.

Pada akhir tahun 1960 peselancar Australia Alan Green dan John Law mengejar impian-untuk hidup di Torquay , mengisi seluruh hidupnya dengan berselancar. Di tahun 1969 Alan Green menghasilkan pakaian basah (Rip Curl) dengan uang \$2500 hasil pinjaman dari ayahnya. Produksi selanjutnya yaitu sepatu kulit domba (UGG.Boots) dan di tahun 1970 dia dan John Law membentuk perusahaan bernama Quiksilver. Greenie dan Law merombak sebagian dari beberapa batang pohon dan merubah beberapa bagian yang mereka rasa tidak diperlukan atau tidak diinginkan.

Baju buatan Greenie dan Law dibuat dari serat tenunan yang ringan , tahan lama dan mudah kering. Celana pendek merekapun memiliki desain yang dinamis. Gayanya benar-benar bersih. Ikat pinggang yang lebar mendukung penampilan yang *charming* dan elegan.

Sebagai upaya promosi dan sosialisasi dari produk ciptaannya, Greenie dan Law memakai perlengkapan tersebut dan pergi berselancar setiap hari. Orang-orang memperhatikan apa yang terjadi dan membuat mereka tertarik. Mereka juga

memperhatikan orang-orang yang mengabdikan dirinya selama bertahun-tahun untuk mengejar impian. Segera, semua peselancar akan melakukan segalanya demi mendapatkan apa yang mereka inginkan dalam hal berselancar. Ini adalah kelahiran Quiksilver yang asli, sejati, memiliki dinamika yang kompleks dan kontekstual dengan jamannya.

Pesaing utama Quiksilver yang telah menjadi pemimpin pasar adalah Jeff Hakman. Jeff dilatih keras oleh Duke, mulai dari sejarah aktivitas dan kehebatan olahraga selancar. Jeff juga dibimbing oleh legenda peselancar Richard Brewer untuk wawasan dan pegangan yang kuat dalam hal desain busana serta papan selancar serta fungsi barang itu.

Di Torquay, Jeff belajar dari papan selancar Quiksilver. Dengan sedikit manipulasi Jeff memodifikasi penampilan papan selancarnya, sedikit lebih baik dari Quiksilver. Ia kemudian kembali pada teman seperjuangannya, Mark Warren, peselancar profesional dari Australia. Mereka sebenarnya pasangan yang sempurna. Di tahun 1976, Hakman meninggalkan Torquay setelah memperoleh piala berbentuk Lonceng atas jasanya memasarkan produk Quiksilver di Amerika Serikat.

Kembali ke Hawaii, Jeff mendapatkan bantuan teman selancarnya Bob "Buzz" Mcknight seorang pembuat film selancar dan mahasiswa Universitas California Utara yang akan lulus dengan gelar bisnis. Permintaan akan papan baru telah ada, desain juga telah disiapkan. Semua orang yang memakainya memuji papan tersebut. Bob, dengan tambahan berselancar tiap hari merupakan bisnis utama. Dengan bujukan Jeff berhasil mengatur ajakan Greenie dan Law agar Bob dan dirinya memiliki izin penjualan dan perluasan papan tersebut di Amerika. Sebuah kemitraan telah terbentuk.

Di tengah tahun 1970 sebuah kantor distributor kecil telah dibuka di pantai Newport, California. Mcknight dan Hakman membangun sebuah perusahaan dari mulut ke mulut untuk kualitas, pelayanan memuaskan dan kontak personal di tiga pantai Amerika Serikat.

Mengelola dan membangun perusahaan yang memproduksi barang yang belum pernah dilihat adalah sebuah usaha yang sulit dan sangat berat. Mencari rekan kerja sangat sulit untuk mengikuti tes produk di pantai. Juga pada waktu merancang dan menjahit dan kesukaran untuk menjual pada toko-toko selancar yang telah ada. Merupakan masukan baru yang unggul dari sekolah selancar seperti Danny Kwock yang hebat dalam memainkan papannya (berselancar). Perusahaan tetap berinovasi

lewat berbagai macam bahan , teknologi fiber dan ukiran grafik potongan tepi papan selancar sungguh menyokong masa depan Quiksilver lebih jauh dan ke depan. Keterlibatan bermacam-macam aktivitas berselancar memimpin kreasi desain terbaru untuk bermacam-macam event. Program Quiksilver merupakan mengakui perwujudan orang yang berpegang pada improvisasi dan inovasi. Posisi Quiksilver terletak pada tampuk pimpinan di pasar remaja dan dewasa tingkat internasional, memang tidak terbantahkan.

Pada dekade ketujuh abad ini terdapat *fashion* yang sangat menggemparkan saat Quiksilver dilepaskan ke publik dengan identik pada bunyi kata-kata pantai. Langit merupakan batas antaranya. Pada tahun 80'an : cat dan grafik yang “ditorehkan dari surga” merupakan tema yang membawa persaingan , mode-budaya pantai. Perang cat Quiksilver dipakai oleh peselancar legendaris dari Australia yaitu Gary Elkerton dan Tom Carroll. Mereka bersaing dalam penggunaan cat pada papan selancar mereka. Keduanya pemberani , keduanya berdiri terpisah , seperti yang dilakukan oleh tim Quiksilver dalam memasarkan produksinya. Berakar dari Greenie dan Law dengan tujuan sederhana akan *fashion* dan fungsi dari selancar itu sendiri. Perancang Quiksilver belajar dengan cermat dari peselancar top dan peluncur-peluncur papan dan *peskater* dengan harapan untuk menghubungkan pakaian renang dan pakaian olahraga untuk menambah antusias bagi siapa saja yang berpartisipasi di olahraga tersebut.

Di tahun 1984 , Jeff Hakman pergi ke Eropa dengan pembuat film selancar Harry Hodge , Brigitte Darrigrand dan John Winship dimana mereka mendirikan Quiksilver di Eropa. Tiga orang itu mengambil formula Quiksilver dan melemparnya ke Eropa pada desain dan penjualan.

Di tahun 1988 , Quiksilver memperlihatkan mayoritasnya dengan mengesahkan salah satu kontrak industri terbesar dengan juara dunia Tom Carroll dan di tahun 1990 peselancar amatir yang mengagumkan Kelly Slater bergabung dalam tim Quiksilver. Slater kemudian mendominasi , memimpin sekolah baru selancar dan menjuarai enam kejuaraan dunia.

Quiksilver juga menginstruksikan pada stimulasi akan pertumbuhan olahraga khusus perempuan . Perkenalan akan baju renang Roxy junior dan merk pakaian olahraga peselancar di tahun 1991, menginspirasi trend utama di komunitas masyarakat. Roxy merupakan merk pertama yang menciptakan kebutuhan khusus.

Jauh sebelum tekanan yang dilontarkan oleh media terhadap kemajuan perusahaan, terdapat elemen pendekatan pada waktu kerja dan keunikan Quiksilver pada perusahaan. Selanjutnya Quiksilver menandakan penawaran pada publik di tahun 1986, telah terjadi ketertarikan yang berlanjut pada aktivitas perusahaan. Kebanyakan cerita akan pencapaian organisasi; penawaran 6000 juta dollars per tahun dan keadaan yang unik pada perkembangan pasar remaja Amerika Serikat dimana telah mencapai 2000 billion dollars dengan tujuan untuk dihabiskan menyebarluaskan kekuasaan tiap tahun di Amerika Serikat sendiri. Jadi kenapa CEO dan Presiden komisaris Robert B. Mcknight junior memaksa bahwa kunci keberhasilan berulang kali bertemu pada lapangan perjalanan dan melibatkan pengejaran gravitasi sebelum mereka duduk dalam pertemuan.

Pertama dan yang terutama produk Quiksilver diciptakan di luar kebutuhan. Sukses apapun mereka akan menikmati. Dari Alan dan John sepasang papan luncur menampilkan *image agresif* dari pantai echo pada tahun 80'an. Yang penting adalah barang Quiksilver berkerja dengan baik karena orang yang merancang nya, membuat dan menjual permintaan yang teruji kualitasnya.

Gaya Quiksilver berakar dari aktivitas. Bukti kelangsungan hidup akan Quiksilver dapat ditemukan pada dukungan atlit yang memiliki prestasi yang kontinyu seperti 6x juara dunia pro peselancar Kelly Slater dan 4x juara dunia pro wanita Lisa Andersen. Cabang kadang membawa asosiasi dengan perusahaan lebih jauh. Rusty Keaulana, dengan tujuan untuk menjadi juara 3x lomba papan selancar, berkerjasama dengan anak-anak di komunitas Hawaii. 2x juara dunia Tom Arroll mengembangkan prototype perlengkapan di Australia. 10x juara internasional juara selancar angin Robby Naish terlibat dengan operasi di Eropa. Legenda manusia air Barry Kanaiaupuni dan 6x juara professional selancar pro Kelly Slater memiliki club papan selancar Quiksilver. Bruce Raymond juara selancar Australia adalah direktur pemasaran internasional. Figur terkenal dan juara multi pro internasional Jeff Hakman masih berkerja harian di konser dengan Harry Hodge di Perancis. Mantan juara selancar Amerika Serikat Willy Morris adalah pemasar produk Quiksilver di California. Peselancar hebat Perancis Peyo Lizarau adalah bagian penting dari tim pemasaran Quiksilver di Eropa. Quiksilver juga mensponsori sejumlah tim selancar yang berprestasi, tim selancar salju, dan macam-macam klub skater. Perusahaan juga mengatur dan mensponsori berbagai kontes dan lomba baik itu berskala kecil maupun internasional dengan melibatkan peserta dan penjual.

Kegiatan yang dibuat Quiksilver membuktikan bahwa itu merupakan asset perusahaan yang paling berharga. Pilihan tempat , pilihan undangan , metode penjurian , gaya , tampilan , dan promosi merupakan variabel yang mendukung kegiatan Quiksilver tersebut. Sejumlah projek telah mempengaruhi perkembangan olahraga *extreme* di abad milenium.

Seleksi dari kegiatan yang berpengaruh meliputi : Seri ombak besar Eddie Aikau di pantai Waimea , perlombaan selancar amatir di Newquay , Inggris , 1986 , piala selancar di Eropa , Roxy pro Quiksilver di pantai Sunset , North Shore , Oahu , edisi Quiksilver Molokai ke Oahu Paddleboard berbentuk balapan. Peristiwa-peristiwa ini telah mensejajarkan Quiksilver sebagai pemegang pimpinan aksi penjualan event olahraga.

Keterlibatan Quiksilver lain yang unik yaitu konsep toko dan pusat penjualan yang menarik , dimana telah diimprovisasi sedemikian rupa, dan telah menjadi model kunci di seluruh dunia. Sekarang telah ada dua ribu lima belas klub berselancar termasuk tiga puluh di Amerika Serikat. Penggerak trend terletak pada konsep dan pelaksanaannya, merupakan presentasi definitif dari budaya Quiksilver.

Sekarang, Quiksilver menawarkan bermacam-macam jenis produk di bawah namanya termasuk koleksi baju lengkap , aksesoris , kacamata , jam dan pakaian renang. Tawaran menarik untuk anak-anak laki-laki dari umur 8-14 tahun , 4-7 tahun dan selebihnya. Divisi olahraga musim dingin telah menampilkan papan salju yang menarik dan berbahan bagus dirancang untuk penampilan prima. Untuk perluasan di masa mendatang divisi tersebut pada tahun 1997 Quiksilver menerima Mervin , pembuat papan selancar yang membuat teknologi Genu dan Lib dalam papan dan lapisan mental pada pinggiran papan. Edisi Quiksilver merupakan target dari seorang perenang.

Ditahun 1999 perusahaan menghadirkan legenda skater Tony Hawk ke dalam jajaran keluarga Quiksilver dengan mensponsorinya dan mendirikan perusahaan pakaian Hawk .

Quiksilver telah menjadi lebih luas dari perusahaan *fashion* busana saja. Sebuah perusahaan dengan berakar dari sejumlah permintaan fasilitas olahraga penuh gaya diluar ruangan. Quiksilver merupakan merk brand terkemuka , merupakan kekuatan unggulan di segala olahraga yang berhubungan dengan papan.

Quiksilver Indonesia

Quiksilver Indonesia berdiri atas nama P.T.Surf Indonesia, terletak di Jl. Kubu Anyar 69x Kuta-Bali. Kapasitas Quiksilver Bali dalam hal ini adalah terbatas sebagai retail dan sekaligus mengatur distribusi produk Quiksilver di Indonesia. Hal ini tak lepas dari ‘kebijakan’ Quiksilver yang memproduksi seluruh produknya di Australia.

Konsep dari retail⁶ ini adalah menciptakan karakter skateboard dan surfing di dalam toko. Interior dan display ditampilkan dengan gaya artistik dan dinamik sesuai dengan jiwa skater maupun surfer. Dalam retail ini disediakan berbagai jenis barang, mulai dari clothing hingga aksesoris dan perlengkapan surfing/ *skateboarding*. Didalam toko ini juga disediakan dua unit televisi yang menampilkan video surfer dan skater top dunia.

Menurut Manajer Quiksilver Bali, Bpk. Sopiadi, keunggulan dari Quiksilver adalah positioningnya yang telah kuat sebagai brand yang mendukung olahraga papan, terutama surfing.

Dipilihnya lokasi Bali sebagai satu-satunya kantor pusat Quiksilver Indonesia disebabkan karena Bali dipandang sebagai ‘pulau Internasional’ yang juga memungkinkan produk Quiksilver dijaga kualitas dan ke-eksklusivannya. Sedangkan dalam proses pendistribusiannya ke daerah lain di Indonesia, Quiksilver mempercayakannya kepada CitySurf, toko surf/ skate yang menjual berbagai merk perlengkapan surf dan skate dalam satu toko.

2.1.1.3. Data Personal Rider

Dalam perancangan kali ini, diambil seorang tokoh sebagai model pendekatan testimoni yaitu Mario. Dipilihnya Mario dalam perancangan ini disebabkan bukan hanya karena Mario adalah salah satu dari enam *rider* andalan Quiksilver di Indonesia, tetapi juga karena figur Mario dianggap mampu mewakili publik Surabaya. Sosok Mario bukan seorang yang asing di kalangan skater Surabaya dan figur Mario ini tidak lagi diragukan kapabilitasnya sebagai seorang skater.

Mario skater asal Surabaya yang berusia 25 tahun ini adalah satu dari lima *rider* Indonesia yang direkrut oleh Quiksilver. Kecintaannya pada olahraga skateboard ini dimulai ketika ia duduk di bangku SMU kelas 2 tepatnya pada tahun 1995. Yang menarik, ia mulai menggeluti dunia ini setelah melihat adiknya- Roy- yang terlebih

⁶ Penjualan barang kepada publik untuk konsumsi

dulu meluncur. Menurutnya skateboard sangat ekstrem dan keren, dan pada saat itu masih jarang yang memainkannya di Surabaya. Papan pertama yang digunakannya adalah produk Powell.

Pada tahun 2002 merupakan saat paling menyenangkan dalam kehidupan skateboardnya, Quiksilver merekrut Mario untuk menjadi salah satu *ridernya*. Banyak keuntungan yang didapatnya sesudah menjadi *rider* Quiksilver. Setiap bulan ia mendapat komisi berupa uang, papan, baju, serta ia dapat berkeliling Indonesia untuk tur yang dilakukan Quiksilver. Tentu ini sangat menyenangkan karena yang dilakukannya hanya ber-skate yang memang dicintainya, dan dibayar pula.

Disamping skateboard, kegiatan lain yang dilakukannya adalah membuka usaha clothing (masih seputar dunia skate), basket dan *travelling*.

Untuk skateboard set-upnya, pemuda Sagitarius ini menggunakan papan Habitat/ Element 7,5, truk Tensor, *wheel* merk apa saja dengan ukuran 52x52 mm dengan bearing ABEC 7.

Sebagai idolanya, Mario memilih Eric Koston, skater Amerika yang lahir di Thailand. Menurutnya, Eric sangat keren dan *stylish*. Hal ini sesuai dengan dirinya yang lebih mementingkan *skate style* daripada *skate trick*, karena lebih dihargai orang. Untuk latihan, Mario biasa berlatih di Kenjeran, Darmo Park dan spot-spot lain di Surabaya. Jadwal latihannya pun bisa setiap hari, dan sering dilakukannya bersama anak-anak skate Surabaya. Trik tersulit yang pernah dicobanya adalah *backside 180 kickflip drop in*.

Sebagai resiko menggeluti olahraga ekstrem, cedera sudah bukan hal yang baru bagi Mario. Cedera ankle paling sering dideranya, yang paling parah terjadi pada tahun 1999, saat itu tulang ekornya retak. Tak heran meskipun orang tuanya mendukung, mereka juga sering menasehati agar mencari pekerjaan lain. Tetapi karena memang sudah mencintai dunia skateboard, hal-hal ini tidak lagi merisaukannya, Mario bertekad akan terus bermain skate hingga tua, hingga ia tidak lagi bisa bermain.

Penggemar Wutang Band ini mencermati perkembangan skateboard di Indonesia, dan berpendapat sudah lumayan bagus, mulai banyak yang menggemari tetapi masih perlu perhatian dari Asosiasi maupun Pemerintah. Sedangkan di Surabaya, dianggapnya masih ketinggalan dan belum maju dibandingkan daerah lain seperti Bandung dan Jakarta.

2.1.2. Informasi Even “Quiksilver’s Skate n’ Destroy Tour 2004”

2.1.2.1. Data Even

Jenis Even	: Olah Raga dan Hiburan
Tema	: “Quiksilver’s Skate ‘n Destroy Tour 2004”
Penyelenggara	: Quiksilver Bali

Latar belakang even:

“Quiksilver’s Skate ‘n Destroy Tour 2004” adalah sebuah kompetisi skateboard dengan lingkup nasional yang memperebutkan trophy nasional kejuaraan skateboard untuk kelas junior (rookie) dan pro. Tujuan utama dari kompetisi ini adalah untuk mempertahankan keberadaan skateboard selain sebagai salah satu olahraga ekstrem juga sebagai gaya hidup, serta mendukung promo Quiksilver sebagai pendukung total olah raga ini.

Skate ‘n Destroy dipilih sebagai nama acara berdasarkan beberapa pertimbangan yaitu:

- Skate ‘n Destroy diambil berdasarkan sebuah judul lagu dari grup band Metallica yaitu *seek and destroy*, yang tentunya sudah akrab di kalangan skater. Hal ini dilakukan mengingat komposisi acara juga diisi oleh pertunjukan musik dari genre musik keras, sebagai salah satu unsur dari olah raga ini.
- Kata Destroy disini tidak diartikan secara lugas sebagai sebuah perusakan dan hal-hal lain yang berkonotasi negatif, tetapi akan diartikan sebagai sesuatu yang agresif, berani dan tota Hal ini mengacu pada ciri-ciri olahraga ini.

Dengan pertimbangan diatas, diharapkan agar semua peserta kompetisi bisa lebih bersemangat dalam mengikuti dan menunjukkan kemampuan mereka dalam berlomba.

“Quiksilver’s Skate ‘n Destroy Tour 2004” mempunyai satu slogan yang dipakai sebagai keyword di setiap media promo yaitu “+skate till you bleed+”. Jika diartikan secara kasar, kalimat ini berbunyi, “Meluncurlah hingga berdarah”. Maksud dari dipilihnya slogan dengan makna hiperbolis ini adalah untuk memberi satu gairah dan semangat, sekaligus ‘menantang’ para skater untuk mengeluarkan kemampuan terbaiknya dan berkompetisi dengan ketat.

Acara yang akan diselenggarakan secara periodik setahun sekali ini sementara akan diadakan di pulau Jawa, sambil terus dipersiapkan penyelenggaraannya untuk meluas ke beberapa daerah di Indonesia. Penyelenggaraan kompetisi akan dilakukan secara bertahap di kota-kota besar di pulau Jawa, dengan babak final yang akan diadakan di pulau Bali sebagai puncak acara.

Tiap rangkaian dari acara ini akan digelar sedemikian rupa dengan setting dan promo yang bernuansa anak muda, progresive dan agresif. Semua unsur setting direncanakan hingga menjamin kelancaran acara baik dari segi membangun minat peserta (skater) maupun penonton (umum).

Dalam perancangan ini, akan dibahas penyelenggaraan acara perdana yang digelar di kota Surabaya, Jawa Timur.

Detil-detil Acara:

Promosi acara meliputi berbagai media lokal Surabaya yaitu melalui poster, spanduk dan pamflet. Media promo ini akan disebar pada tempat-tempat yang sering dikunjungi oleh peminat olahraga ini dan remaja pada umumnya. Tempat-tempat itu antara lain adalah skatepark (official dan unofficial), distro, *street clothing shop*, mall, dan tempat-tempat favorit lain.

Acara akan diselenggarakan pada tanggal 31 Maret 2004 dengan pertimbangan bahwa pada hari Sabtu, akhir bulan, kesibukan sedikit berkurang dan waktu yang diambil bukan masa ujian bagi pelajar.

Penyelenggara memilih lapangan parkir timur Plaza Surabaya sebagai tempat kompetisi. Lokasi ini dinilai sangat menguntungkan ditinjau dari letaknya yang strategis di pusat kota dan lokasi yang luas. Lokasi tersebut akan memberikan ruang gerak yang bebas dan nyaman, cukup untuk mendukung semua unsur dari acara.

Kompetisi akan berlangsung bersama dengan penampilan live musik dari band-band lokal dan bintang tamu yang terpilih berdasarkan genre musik yang mewakili olahraga skatenoard. Beberapa selingan yaitu pembagian *free gift* dari pihak sponsor, *exhibition show* dari olahraga lain seperti *BMX riding* dan *In-line skating* juga akan dilakukan selama acara berlangsung untuk memberikan alternatif lain kepada penonton.

Skatepark dan stage:

“Quiksilver’s Skate ‘n Destroy Tour 2004” akan digelar dengan setting yang menarik yang akan menggabungkan unsur musik dengan olahraga skateboard ini. Lokasi utama akan dibagi menjadi dua tempat yaitu skatepark dan panggung musik.

Letak antara dua tempat ini akan diatur hingga tidak saling mengganggu, bahkan bisa terlihat saling mendukung. Penonton bisa melihat ke arah skatepark dan panggung tanpa jarak pandang yang berjauhan.

Band-band yang tampil dalam acara ini dipilih berdasarkan kategori genre musik keras dan agresif seperti hip-hop, emo-metal, punk rock, hard core dan sebagainya. Hal ini juga merupakan unsur kuat dari olahraga ekstrem yang juga bisa menjadi penyemangat bagi penonton dan para peserta. Sebanyak 10 band lokal akan dipilih beserta dua band dari luar kota sebagai bintang tamu, yaitu Superman Is Dead yang berasal dari Bali dan Rocket Rockers yang berasal dari Bandung. Keduanya merupakan nama yang tidak asing lagi di kalangan skater dan *underground* Indonesia.. Durasi waktu penampilan dari tiap band akan diatur hingga pas dengan lamanya kompetisi yang berlangsung.

Pertunjukan lain seperti *BMX riding*, *In-line skating* akan menampilkan biker-biker dan in-liner dari luar dan dalam kota sebagai bintang tamu. Skater pro yang disponsori oleh Quiksilver juga akan tampil dalam acara ini sebagai bintang tamu. Dalam acara di Surabaya ini, yang akan ditampilkan adalah Mario, *rider* Quiksilver asal Surabaya.

Rancangan program acara “Quiksilver’s Skate ‘n Destroy Tour 2004” dijabarkan sebagai berikut:

- a. Pembukaan : Sambutan dan Perkenalan dari pihak penyelenggara
- b. Acara inti : Kompetisi skateboard (diiringi live band)
- c. Bintang tamu: Mario, band: Superman Is Dead dan Rocket Rockers
- d. Inline skate dan BMX demo
- e. Penutup : Pengumuman pemenang dilanjutkan live band.

2.2. Analisis Pasar

2.2.1. Kondisi Saingan

Di Indonesia, Quiksilver mendapatkan persaingan ketat dari para kompetitornya. Billabong dan Volcom merupakan kompetitor utama yang dihadapi Quiksilver saat ini. Keduanya merupakan perusahaan yang berbasis di Australia.

Belakangan kemudian timbul nama-nama baru di Indonesia yang juga merupakan kompetitor Quiksilver di Australia, bahkan di dunia, diantaranya adalah Insight 51 dan Juice Ematic.

Kelebihan dari Quiksilver yang juga dianggap sebagai USPnya adalah kualitas produk dan desain yang tetap terjaga karena bahan dan keseluruhan pembuatannya dilakukan di Australia. Sedangkan pihak kompetitor sudah sejak lama mengalihkan proses pembuatan produknya ke Indonesia, dan hanya standard desain yang disesuaikan dari pusat.

Persaingan antara Quiksilver dengan kompetitornya kemudian tampak pada skater atau *rider* yang terpilih. Dalam sebuah kompetisi atau kejuaraan skateboard, skater yang membawa nama sponsor dan menjadi juara pasti juga akan mengangkat nama merk tersebut. Oleh karenanya Quiksilver selalu benar-benar menyeleksi kualitas *ridernya* dan kemudian benar-benar memperhatikan kepentingan mereka. Hal ini yang diakui oleh *ridernya*, dalam hal ini adalah Mario, sebagai nilai lebih Quiksilver. Berbagai fasilitas diberikan termasuk even Quiksilver promo tour yang mengajak *rider-ridernya* berkeliling Jawa untuk menemukan *spot-spot* baru dan menambah *skill*.

Beberapa waktu lalu, Volcom membuka gerai pertamanya di Surabaya. Dalam launching Volcom *Store* tersebut, Volcom mengadakan even kejuaraan skateboard yang diadakan di Jalan Kertajaya dengan membawa *rider-ridernya* yang berasal dari Jakarta.

Maka kemudian dalam menghadapi kompetitornya tersebut, Quiksilver segera mengambil langkah agar tidak tertinggal dari kompetitornya dengan cara mengadakan promosi ke berbagai kota di Jawa, melalui even “Quiksilver’s Skate ‘n Destroy Tour 2004”

2.2.2. Potensi Pasar

Even ini membidik audiens remaja dari berbagai lapisan sosial. Dari kalangan skater yang ingin berkompetisi hingga remaja umumnya yang ingin mencari hiburan. Hal ini disesuaikan dengan target audiens baik primer maupun sekunder Quiksilver sebagai penyelenggara dengan tujuan menjangkau calon konsumen seluas-luasnya. Selain itu kaum muda rata-rata memiliki minat yang tinggi untuk datang dan menyaksikan acara semacam ini.

2.2.3. Segmentasi Pasar

a. Target Primer :

- **Geografis** : Wilayah Surabaya
- **Psikografis** : Pemain skateboard, memiliki keingintahuan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan skate dan gaya hidupnya. Mengikuti trend dan *lifestyle*, gemar berfoya-foya. Suka menghabiskan waktu dan uang untuk bersenang-senang.
- **Demografis** : Usia 15 – 25 tahun, Pelajar dan Mahasiswa kelas sosial menengah atas
- **Behavioral** : Remaja yang sering menghabiskan waktunya di luar rumah, bersenang-senang dan berkumpul bersama teman. Bebas dan modern, serta aktif dalam berbagai kegiatan. Disenangi oleh teman-teman dan pandai bergaul.

b. Target sekunder :

- **Geografis** : Kota-kota besar di Jawa yaitu Jakarta, Bandung, dan Jogjakarta
- **Psikografis** : Peminat gaya dan atribut anak muda.
- **Demografis** : Usia antara 15 kebawah dan usia antara 25 keatas, kalangan abg dan pekerja dengan kelas sosial menengah
- **Behavioral** : Suka mencoba-coba dan mengikuti gaya orang lain, agak mempertimbangkan kondisi keuangan dan masih menimbang-nimbang sebelum membeli sesuatu.

2.3. Analisis SWOT

Strength	<ul style="list-style-type: none"> - Semua produk berkualitas luar negeri - Sering berpromosi melalui even di berbagai kota besar setiap tahunnya
Weaknesses	<ul style="list-style-type: none"> - Retail ataupun distribusinya kurang tersebar di wilayah Indonesia. - Kurangnya media promosi yang digunakan baik untuk

	promosi merk maupun pada saat penyelenggaraan even.
Opportunities	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat menjaring konsumen lebih banyak, terutama dari kalangan menengah ke atas. - Berkesempatan untuk berpromosi lebih sering karena memiliki anggaran khusus promosi.
Threats	<ul style="list-style-type: none"> - Merk ini kurang dapat dijangkau oleh kalangan menengah karena harga yang tinggi. - Adanya kompetitor yang sama kuat dan gencar berpromosi.

2.4. Kesimpulan

Dari analisa di atas dapat disimpulkan bahwa Quiksilver memiliki peluang yang sangat baik dalam mempromosikan even, sekaligus menyebarkan media promosi (sebagai salah satu daya tarik bagi calon konsumen maupun ucapan terima kasih kepada pelanggan) kepada audiens di Surabaya. Mengingat kompetitor lain jarang mengadakan promosi di luar daerah ikut memberikan keuntungan bagi Quiksilver dalam mencapai tujuannya. Berdasarkan fakta tersebut maka even maupun promo akan mudah menjaring khalayak audiens karena peminat skateboard di Surabaya dan kota besar jumlahnya tergolong tinggi.