

ABSTRAK

Bowling di Kota Bandung masih dianggap sebagai olahraga yang eksklusif, terutama di kalangan generasi muda. Siliwangi Bowling Center hadir sebagai satu-satunya arena bowling berstandar nasional di kota Bandung menghadapi tantangan dalam mengubah persepsi sekaligus memperluas jangkauan audiensnya. Padahal, semangat masyarakat untuk aktif bergerak dan bersosialisasi terus tumbuh, banyaknya fasilitas olahraga publik yang tersebar, termasuk 77 titik di Kecamatan Regol pada tahun 2023. Potensi ini belum dimanfaatkan penuh oleh Siliwangi Bowling Center. Tugas akhir ini merancang strategi promosi yang berfokus pada mendekatkan olahraga bowling kepada generasi Z di Bandung. Proses perancangannya melalui pendekatan studi pustaka, observasi, wawancara, hingga kuisioner demi memahami kebutuhan dan minat audiens. Hasil akhirnya adalah konsep roadshow bertajuk “The Yesperience Tour 2025” sebuah arena bowling modular yang bisa dibawa ke sekolah, kampus, dan ruang publik. Selama satu minggu, roadshow ini akan memberikan pengalaman langsung bermain bowling dengan standar profesional, namun dikemas secara inklusif, dan menyenangkan. Strategi ini diharapkan bisa mengubah pandangan sekaligus membangun kedekatan emosional antara bowling dan generasi muda Bandung.

Kata kunci: Promosi, Awareness, Eksklusif, Roadshow, Generasi Z.