

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Olah raga merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting saat ini bagi penduduk dunia. Jenis olahraga bermacam macam begitu juga media, alat, dan lokasi yang digunakan. Salah satu olah raga yang jarang dilakukan karena keterbatasan sarana, alat dan lokasi adalah *ice skating*. *Ice skating* merupakan olah raga negara dengan iklim musim dingin, maka dari itu olah raga ini jarang dan agak sulit untuk dilakukan bagi masyarakat dunia yang negaranya tidak memiliki iklim musim dingin / salju seperti Indonesia yang beriklim tropis.

Di indonesia *ice skating* merupakan salah satu olah raga yang fasilitasnya hanya terdapat di beberapa kota besar saja karena dalam perkembangannya fasilitas maupun *ice skating* di Indonesia itu sendiri mengalami beberapa kendala . Beberapa kota di Indonesia yang sempat dan masih memiliki sarana *ice skating* adalah Surabaya, Jakarta, Bandung, Bali ,Yogyakarta, dan Medan. Sarana *ice skating* yang masih bertahan hingga saat ini hanya di dua kota yaitu Sky Rink Jakarta dan Ice Land Yogyakarta.

Banyak kompetisi lokal yang diselenggarakan oleh *ice skating rink* dalam negeri dengan tujuan mencari bibit- bibit atlit yang berpotensi untuk dipertandingkan dalam *event* internasional. Namun amat disayangkan akibat berkurangnya lahan latihan atlit makin sulit pula untuk mencari bakat tersebut. Bandung adalah salah satu kota yang sebelumnya mempunyai 2 *ice rink* yaitu "Ice Planet" Dago dan "Arena Ice Bandung", namun sangat disayangkan kedua fasilitas tersebut tutup. Kedua lokasi tersebut berada pada sebuah pusat perbelanjaan di Bandung, ini merupakan salah satu strategi dalam mempromosikan olahraga *ice skating* dengan efektif. Salah satu contohnya "*Pinochio on ice*" yang diadakan di "Sky rink" ,Jakarta yang terletak di Mall taman anggrek. Minat masyarakat dalam menyaksikan pertunjukan tersebut

sangat tinggi . Malah, pesanan tiket juga datang dari daerah luar Jawa Total pemesanan keseluruhan tiket adalah 25.000 tiket untuk 13 kali pertunjukan (*original production 2004*). Respon dalam masyarakat amatlah baik , kurang lebih 700 orang masyarakat Indonesia aktif dalam berlatih *ice skating* di Jakarta pada tahun 2004. *Ice Skating* selain sebagai olah raga dapat dijadikan sarana rekreasi/wisata sarana bermain bagi keluarga. Di Bandung sendiri *ice skating* sangat digemari, sekitar hampir 1000 orang terhitung bermain dalam satu hari pada musim liburan di “Arena Ice Bandung”. Bermain *ice skating* memiliki kepuasan dan kesenangan tersendiri dan seni tersendiri. Di samping olah raga ini menyehatkan badan olah raga ini cukup menantang karena membutuhkan keberanian dalam pembelajarannya. Dengan ber-*ice skating*, terutama apabila mencoba untuk berkompetisi (Nanie Talitha, Arena Ice coach).

Menurut Wiwin (manager “Arena Ice Bandung”) dan Agustina (humas “Sky rink”), adanya *ice rink* sangat diperlukan untuk menampung minat masyarakat terutama di Bandung. *Ice rink* dapat menjadi sebuah kebanggaan tersendiri baik bagi pemilik, pemerintah, dan masyarakat terutama saat diadakannya kompetisi internasional yang mendatangkan skater-skater mancanegara. Untuk itu membangun sebuah *ice rink* yang baru sangat di butuhkan.

“GardenIce” yang merupakan proyek *ice rink* baru di kota Bandung setelah ditutupnya “Arena Ice“ di bangun atas inisiatif dari para orang tua murid/atlet dan atlet yang dapat di katakan sebagai penggemar *ice skating* karena merasa *ice rink* merupakan sebuah kebutuhan dan sebuah bisnis yang menguntungkan. Oleh karena itu image maupun kualitas *ice rink* yang baru seperti “GardenIce” sangat di butuhkan untuk memperbaiki kualitas dan image *ice rink* daripada *ice rink* yang pernah ada di Bandung sebelumnya. Dan diharapkan dengan membuat perancangan visual grafis ‘GardenIce’ ini dapat menciptakan desain identitas perusahaan yang juga merupakan organisasi olah raga *ice skating* dan sarana hiburan, menjadi sangat menarik untuk ditampilkan dalam aplikasi desain komunikasi visual.

1.2 Permasalahan

Permasalahan yang ingin di selesaikan adalah bagaimana membuat desain visual identitas olahraga *ice skating* seperti “Gardenice” yang juga merupakan organisasi sekaligus sarana hiburan bertajuk olahraga ice skating dapat dibuat lebih baik dari *ice rink* yang dibangun sebelumnya di kota Bandung, dengan desain dan konsep yang terorganisir dan menarik. Desain yang dibuat harus memiliki kualitas internasional karena merupakan tempat kegiatan salah satu kontingen olah raga *ice skating* Indonesia. Penulis menilai bahwa perancangan memiliki potensi untuk membuat sesuatu yang baru dalam dunia desain maupun olahraga dalam usahanya untuk meningkatkan nilai dalam berbagai aspek.

Setelah analisa permasalahan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagaimana telah diuraikan pada pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Rancangan / desain *visual* dan identitas seperti apa yang mewakili olah raga ice skating dan dapat membangun citra baik dimata masyarakat baik lokal maupun internasional?
2. Seperti apa bentuk aplikasi desain identitas perusahaan yang efektif dan efisien untuk memperkenalkan perusahaan hiburan sekaligus sarana organisasi olah raga *ice skating* dengan menarik?

1.3 Ruang lingkup

Perancangan visual grafis “GardenIce” berada pada batasan perancangan desain visual identitas perusahaan hingga perancangan visual yang di terapkan dalam identitas visual perusahaan yang di dalamnya mencakup:

1. *Corporate identity* : Logo, bussines suite, bussines form, , certificate,.
2. *Utilities* : uniform, ID card, vehycle graphic,merchandise
3. *Facilities* : Previlage card,

4. *Media Promotion & Publication* : ,*Website, launching poster* (element tambahan)
5. *Environment graphic design* : eksterior, interior.

1.4 Tujuan perancangan

Maksud dan tujuan perancangan yang hendak dicapai dari rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Mempopulerkan tempat dan sarana olah raga *ice skating* di Indonesia khususnya di kota Bandung melalui identitas visual perusahaan.
2. Menarik dan meningkatkan minat masyarakat Indonesia terutama Bandung terhadap olah raga *ice skating*

1.5 Sumber dan teknik pengumpulan data

Sumber data yang didapat berasal dari internet, buku, nara sumber, dan pengalaman penulis sebagai pelaku aktif olah raga *ice skating*. Cara yang di gunakan dalam pengumpulan data berupa penelitian terhadap logo dan penerapan desain grafis yang melekat pada fasilitas *ice skating* yang sudah pernah ada. Studi Lapang berupa observasi lokasi baik *ice skating rink* maupun lokasi promosi dan publikasi seperti *mall* dan tempat terbuka seperti jalanan sebagai penempatan *billboard*,umbul-umbul.

Berikut teknik pengumpulan data yang sudah dilakukan :

Wawancara narasumber :

1. Sumber : Manajemen *ice rink* GardenIce , Manajemen Arena Ice Bandung,
2. Staf Pengajar dan murid *ice skating school*,

3. Observasi Lapangan :
4. Sumber : GardenIce Bandung, Arena ice Bandung, Sky rink Jakarta, Sunway Ice Pyramid Malaysia , World Ice Arena Shenzhen.
5. Literatur :
6. Sumber : buku, Koran, majalah, internet.

1.6 Skema Perancangan

Corporate identity

GardenIce

Latar belakang

Ice skating merupakan olah raga yang masih tergolong baru di Indonesia dan sering kali menghadapi kendala dalam proses perkembangannya. Perusahaan ice skating belum banyak didirikan di Indonesia membuka kesempatan besar untuk keberhasilan perusahaan.

Permasalahan & Ruang lingkup

Bagaimana membuat perancangan visual GardenIce Rink yang menarik dan dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat di Indonesia khususnya kota Bandung dengan menerapkan ilmu desain komunikasi visual dalam tiap aplikasinya membangun sebuah image identitas perusahaan hiburan berbasis pendidikan olahraga ice skating.

Target market

Utama :Laki-laki/perempuan usia aktif olah raga ice 15-23 tahun tinggal dan berkediaman di kota Bandung
Umum : keluarga

Tujuan akhir perancangan

Membuat visual identitas perusahaan GardenIce Rink yang menarik dan menerapkannya dalam beberapa aplikasi desain grafis yang layak/siap untuk di produksi dan dipresentasikan pada khalayak ramai tanpa meninggalkan nilai estetis desain sesuai target market.

Sumber dan tehnik pengumpulan data

- a. Studi lapangan (observasi)
- b. Wawancara
- c. Literatur (buku,koran,majalah,internet)

Media visual identitas perusahaan

CI : logo, bussines suite, bussines form, stamp, certificate, mascot

Utilities : uniform, ID card, vehicle graphic,merchandise

Facility : previlage card,

Publication (+): Brochure, launching poster, website

EGD :Sign system, mall wayfinding.