

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki berbagai macam cabang olahraga. Mulai dari yang populer yaitu sepak bola, bulutangkis, bola basket, bola voli, dan lain-lain. Menurut situs *researchgate.net* olahraga dikategorikan menjadi 4 bagian yaitu *Skill*, *Power*, *Mixed*, dan *Endurance*. Dalam kategori *Skill* terdapat olahraga golf, tenis meja, panahan, karate, dan menembak. Tinju, angkat beban, lempar lembing, lari maraton termasuk dalam kategori *Power*. Untuk kategori *Endurance* adalah bersepeda dan berenang. Kategori keempat yaitu *Mixed* terdiri dari sepak bola, tenis, rugby, dan lain-lain. Olahraga ekstrem termasuk kedalam kategori *Mixed*. Menurut Sidik, (2007:61) menjelaskan bahwa secara umum ada 4 unsur komponen-komponen fisik dasar yang perlu dilatih dan dikembangkan secara bertahap sesuai porsi latihannya yaitu Kekuatan (*Strength*), Kelentukan (*Flexibility*), Kecepatan (*Speed*), dan Daya tahan (*Endurance*).

Olahraga ekstrem adalah istilah populer untuk olahraga tertentu yang dirasakan sebagai kegiatan yang memiliki tingkat bahaya yang tinggi. Kegiatan ini sering melibatkan kecepatan, ketinggian, aktivitas fisik tingkat tinggi, dan peralatan yang khusus. Beberapa contoh olahraga ekstrem yaitu terjun payung, panjat tebing, *downhill*, *skateboard*, dan lain-lain. *Motocross* juga termasuk dalam kategori olahraga ekstrem. Olahraga *Motocross* merupakan bentuk olahraga otomotif yang saling mengadu kemampuan pembalap dan mesin, selain dari olahraga ini membutuhkan keberanian yang cukup besar, Dalam hal ini olahraga *Motocross* yang termasuk dalam kategori olahraga ekstrem dan juga olahraga yang berprestasi (Kristiandy, 2018:2).

Motocross adalah olahraga yang pertama kali berkembang di Inggris pada awal abad 20-an. 'Motocross' kata ini berasal dari penggabungan dua kata dalam bahasa Perancis untuk sepeda motor dan lintas negara. Bentuk balap motor di trek *off-road* yang sangat menuntut fisik dan diadakan di segala kondisi cuaca. Ada banyak penggemar *motocross* di seluruh dunia yang turut menggeluti olahraga yang

memompa adrenalin ini dimana olahraga ini membutuhkan kecepatan, intensitas tinggi dan sering menjadi acara olahraga yang spektakuler.



Gambar 1.1 *Motocross*

(Sumber : <http://www.webike.id/news>)

Pada saat ini penikmat *motocross* juga meningkat, dari yang suka *motocross* dan yang baru tahu tentang *motocross*. Dapat dilihat dari banyaknya pengendara motor yang menggunakan motor jenis *motocross* untuk kegiatannya sehari-hari. Motor trail untuk saat ini sangat diminati, terutama kalangan muda. Pada saat ini motor trail sedang trend dengan kegiatan *off road* maupun *motocross*. Motor ini sangat cocok dipakai untuk olahraga ekstrem tersebut (<https://makassar.tribunnews.com> diakses pada tanggal 12 maret 2020).

Indonesia sendiri sudah memiliki beberapa sekolah olahraga motor trail. Sekolah tersebut cukup terkenal di dunia *motocross* karena prestasinya yang cukup membanggakan bagi Indonesia. Ada beberapa nama sekolah yang cukup terkenal di Indonesia yaitu Johny Pranata *Motocross* Akademi, Ardiansyah *Motocross* Akademi, Djakarta Akademi *Motocross*, dan Gatam Hatim *Motocross Scholl*.

Terdapat sekolah olahraga motor trail di kota Mojokerto yaitu GHMS (Gatam Hatim *Motocross School*). Sekolah tersebut terbentuk sekitar tahun 2010 yang dibina oleh Gatam Nur Hatim. Gatam Nur Hatim merupakan mantan atlet olahraga motor trail yang memulai karirnya pada tahun 1989. Telah banyak prestasi yang diraih yaitu mulai dari skala nasional dan internasional. Karena keinginannya beliau untuk memajukan dunia olahraga motor trail, beliau memutuskan membuat sebuah wadah berupa kursus balap profesional.

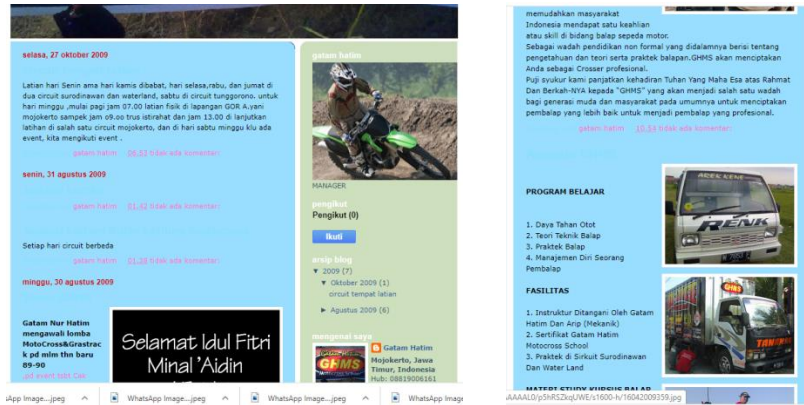


Gambar 1.2 Logo GHMS

(Sumber : <http://gatamghms.blogspot.com/>)

Seiring dengan berkembangnya waktu menurut Gatam, beliau mengatakan bahwa untuk saat ini peminat olahraga motor trail meningkat cukup signifikan. Banyak para *crosser* pemula yang hanya berbekal ilmu otodidak, padahal untuk mengikuti olahraga ekstrem diperlukan seorang pemandu atau pelatih profesional. Pada umumnya belum banyak orang yang tahu akan adanya sekolah *motocross* yang ada di Jawa Timur. Dengan adanya sekolah olahraga *motocross* ini berguna untuk meminimalisir resiko cedera saat latihan dan perlombaan. Saat ini juga banyak bermunculan sekolah olahraga motor trail di Jawa Timur namun belum banyak yang mengetahui dengan hal tersebut.

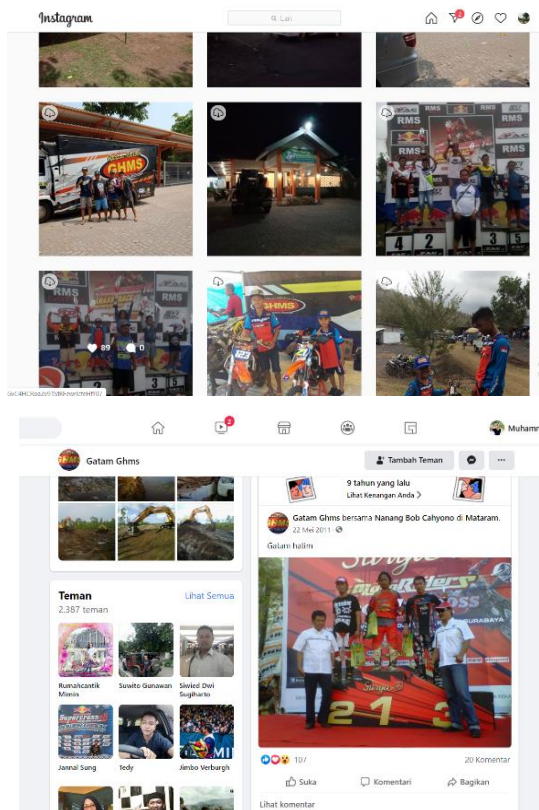
Target audiens dari GHMS adalah anak-anak yang berumur 10 tahun hingga 18 tahun (remaja). GHMS berfokus pada usia anak-anak untuk mencari bibit-bibit yang berpotensi di bidang *crosser*. Karena tujuan utama GHMS ingin memajukan olahraga ekstrem ini lebih dikenal di kancah nasional maupun internasional.



Gambar 1.3 Website GHMS

(Sumber : <http://gatamghms.blogspot.com/>)

Gambar diatas merupakan tampilan dari *website* GHMS. GHMS memulai *mem-branding* identitasnya pada tahun 2010. Untuk saat ini *branding* yang dimiliki GHMS kurang relevan, karena *branding* yang diciptakan tidak terintegrasi satu sama lainnya. Konsisten *brandingnya* sangat minim. Informasi yang diberikan juga kurang lengkap.



Gambar 1.4 Instagram Dan Facebook GHMS

(Sumber : <http://facebook.com/GHMS>, instagram.com/ghms)

Gambar tersebut adalah tampilan dari Instagram dan Facebook GHMS. Dari hasil kesimpulan, media sosial yang dimiliki oleh GHMS kurang informatif mengenai sekolah *motocross*. Tidak adanya penjelasan tentang syarat-syarat untuk menjadi siswa dari GHMS dan penjelasan tentang rincian biaya selama sekolah di GHMS juga belum ada. Untuk promosi yang dilakukan GHMS juga sangat minim. *Visual branding* yang ditampilkan juga tidak konsisten. Minimnya penggunaan elemen visual di setiap konten yang diunggah pada media sosial.



Gambar 1.5 Media Pendukung GHMS

(Sumber : <http://facebook.com/GHMS>)

Gambar diatas menunjukkan media pendukung yang dimiliki GHMS. Dari hasil kesimpulan, untuk penggunaan elemen visual pada setiap media tidak konsisten dan berkaitan satu dengan yang lainnya. Desain yang digunakan juga belum menampilkan ciri khas dari GHMS sehingga terlihat seperti sekolah *motocross* pada umumnya.

Brand sendiri adalah sebuah nama, simbol, desain atau kombinasi dari semuanya untuk mengidentifikasi produk, perusahaan, negara, dan organisasi. *Visual branding* termasuk bagian dalam *branding*. *Visual branding* adalah pengaruh yang diakibatkan suatu bentuk visual untuk membedakan *brand* lainnya

atau kompetitor, sehingga para audien mudah mengingat dan dirasakan menonjol daripada mengingat brand lainnya (Dharmadi, 2016:2).

Menurut Cholil (2018:2) *branding* tidak hanya soal logo, *corporate Identity*, *marketing*, dan *advertising*, namun sebuah sesuatu yang unik dan tak ternilai. *Branding* harusnya juga diselaraskan dengan konsep visual yang komperhensif. Tahapan *branding* dari GHMS masih kurang karena masih banyak tahapan lain yang harus dicapai oleh GHMS. Elemen-elemen yang lain dapat mendukung sebuah *branding* salah satunya adalah sebuah visual *branding* yang dapat memperkuat sebuah *branding*.

Oleh karena itu diperlukan *visual branding* sekolah olahraga trail GHMS agar dapat menarik minat *crosser* pemula dan dapat bersaing dengan sekolah olahraga motor trail lainnya. Diharapkan dengan adanya *visual branding* ini dapat memikat target audiens dan sebagai media promosi GHMS. Dalam perancangan ini kedepannya akan merancang media utama berupa *website* dan didukung oleh beberapa media pendukung seperti iklan promosi, *jersey rider*, *jersey mechanic*, dan lainnya.

Pemilihan *website* sebagai media utama dikarenakan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh GHMS. Penggunaan *website* dipilih oleh GHMS karena menurut GHMS *website* media yang cocok untuk melengkapi kebutuhan seperti memberi info tentang *motocross*, mengunggah kegiatan GHMS, hingga menjadi sarana untuk pendaftaran siswa baru.

1.2 Identikasi Masalah

1. *Branding* yang masih sebatas logo dan *jersey* masih belum cukup untuk mendukung *branding* dari GHMS. Melalui observasi lapangan di kawasan Karang Pilang saat GHMS sedang melakukan latihan.
2. Kurang terkonsepnya visual *branding* yang ada di media-media yang direncanakan sekolah motor trail GHMS.
3. Sekolah motor trail GHMS memiliki potensi untuk berkembang ke pasar yang lebih luas, namun tidak ada *branding* dan promosi yang berkelanjutan.

4. Banyak *crosser* pemula yang hanya berbekal ilmu otodidak, padahal untuk mengikuti olahraga ekstrem di perlukan seorang pemandu atau pelatih profesional(*Depth interview* dengan Gatam Hatim).

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang visual *branding* sekolah motor trail GHMS agar dapat menarik minat *crosser* pemula dan dapat bersaing dengan sekolah olahraga motor trail lainnya.

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan perancangan media promosi ini lebih fokus dan tidak melebar, maka diperlukan batasan-batasan masalah dalam melakukan perancangan ini yaitu :

1. Penelitian ini hanya terfokus pada visual *branding* untuk meningkatkan daya tarik sekolah motor trail GHMS.
2. Perancangan ini hanya mencakup tentang sekolah motor trail GHMS.

1.5 Tujuan

Tujuan atas dasar perumusan masalah diatas, maka tujuan perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang visual *branding* yang dapat meningkatkan daya tarik sekolah motor trail GHMS.
2. Mengimplementasikan visual *branding* kedalam media-media yang akan dipakai oleh sekolah motor trail GHMS.
3. Menarik minat orangtua yang ingin menjadikan anaknya seorang *crosser* profesional di masa depan dengan *branding* yang terpercaya.

1.6 Manfaat

Untuk menempatkan GHMS kedalam persaingan pelatihan *motocross* yang berkualitas dan lebih luas,

1. Meningkatkan citra GHMS di masyarakat sebagai sekolah pelatihan motor trail profesional.

1.7 Skema Perancangan



Gambar 1.6 Skema Perancangan
(Sumber : Dokumen Pribadi)