

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Gaya hidup merupakan kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup masyarakat di kota-kota besar berbeda dengan masyarakat yang tinggal di kota kecil. Mereka yang tinggal di kota besar, memiliki aktivitas yang banyak menyita waktu sehingga dituntut untuk memiliki tubuh yang selalu fit. Oleh karena itu, dibutuhkan pola hidup sehat untuk menunjang aktivitas tersebut. Bukan hanya memperhatikan makanan yang dikonsumsi, pola hidup sehat juga meliputi rutinitas olahraga yang tentu akan menjaga kondisi kesehatan. Akan tetapi pola hidup serba instan membuat mereka tidak suka dengan proses yang lama. Mereka cenderung memilih cara-cara instan untuk mendapatkan yang diinginkan sekalipun cara tersebut negatif.

Pola hidup instan kini sudah menjamur di mana-mana, banyak sekali hal-hal yang bisa didapat dan tidak membutuhkan waktu yang lama, misalnya dalam hal menurunkan berat badan. Banyak cara instan untuk mendapatkan tubuh yang ideal, mulai dari mengkonsumsi obat pelangsing hingga melakukan sedot lemak. Akan tetapi, masih terdapat cara yang positif untuk mendapatkan tubuh yang ideal dengan cara yang menyehatkan, yaitu dengan berolahraga.

Olahraga adalah cara alami menjaga kesehatan dan mencegah penyakit. Penelitian membuktikan, aktif bergerak setiap hari dapat menjauhkan dari risiko penyakit jantung dan kanker.

Spesialis kedokteran olahraga, dr Phaidon L Toruan MM, mengungkapkan, olahraga adalah suatu keharusan. “Sama seperti Anda berdoa dan bersembahyang sesuai dengan agama dan kepercayaan untuk kebutuhan rohani, maka olahraga adalah kebutuhan jasmani,” ujarnya. (Sumber: www.facebook.com/infoituilmu)

Olahraga sudah menjadi pilihan gaya hidup sehat masyarakat Indonesia, salah satunya Muay Thai. Olahraga asal negeri Thailand ini sudah menjadi gaya hidup di semua kalangan. Terbukti dengan semakin menjamurnya tempat latihan (camp) yang telah berdiri, bahkan sampai kalangan artis pun sudah banyak yang menggandrungi olahraga ini. (Sumber: www.tangerangtoday.com)

Selain memiliki keterampilan membela diri, berlatih Muay Thai membuat tubuh menjadi sehat dan bugar. Muay Thai juga dikenal sebagai olahraga bela diri yang dapat dengan cepat menurunkan berat badan. Saat ini sasana Muay Thai umumnya memiliki pilihan *cardio class* untuk para peminatnya. Kelas ini khusus untuk yang ingin menurunkan berat badan lebih cepat. Porsi pelatihan fisik lebih banyak dibanding pemberian materi teknik. Hal ini yang menjadi keistimewaan Muay Thai dibanding bela diri lain. Masyarakat pun dapat memiliki pilihan lain dengan cara yang positif untuk mendapat bentuk tubuh yang ideal.

Meskipun terbilang membutuhkan cukup biaya tetapi Muay Thai diyakini akan berusia lama dan peminatnya akan semakin banyak karena memiliki banyak keunggulan jika dibandingkan dengan bela diri lain. Muay Thai merupakan bela diri yang dapat dengan cepat membakar kalori cukup banyak. Dalam waktu satu jam, Muay Thai *workout* memungkinkan membakar 350 sampai 500 kalori, bahkan lebih. Latihan ini juga dapat membantu menjaga detak jantung pada kisaran 75-85% detak normal sama dengan jumlah rata-rata yang direkomendasikan ketika berlatih di *gym*. Tidak memerlukan waktu yang lama, berlatih Muay Thai dapat membuat tubuh menjadi sehat dan berat badan pun terkontrol dengan baik.

Namun, masih adanya anggapan bahwa Muay Thai adalah bela diri keras yang hanya dapat diikuti oleh atlet profesional saja. Hal ini juga dikarenakan adanya anggapan bahwa mempelajari bela diri harus memiliki struktur dan anatomi tubuh yang besar untuk menghasilkan tenaga yang besar pula. Padahal anggapan ini hanya berlaku untuk orang-orang yang ingin mengikuti suatu

pertandingan/turnamen untuk meraih kemenangan. Muay Thai dapat diikuti oleh semua kalangan dan tidak harus menjadi atlet bela diri profesional.

Meskipun masih tertinggal dibanding Malaysia dan Singapura, perkembangan Muay Thai di Indonesia cukup pesat dan diyakini dapat menyusul tertinggalnya dari dua negara tetangga tersebut. Hal ini dapat dilihat dari banyak bermunculannya sasana-sasana Muay Thai khususnya di kota-kota besar. Salah satunya adalah King Muay Thai Camp Bandung.

Di Bandung khususnya, terdapat bela diri asli kota ini yaitu Tarung Derajat. Bela diri ini terbilang sangat keras karena sepenuhnya merupakan bertarung. Jika dibandingkan dengan Tarung Derajat, Muay Thai lebih mudah dipelajari dari segi gerakan-gerakannya sehingga masyarakat awam pun dapat berlatih bela diri ini, termasuk para wanita.

King Muay Thai Camp Bandung merupakan salah satu sasana Muay Thai yang didirikan sejak tahun 2011. Sasana ini berlokasi di Jalan Terusan Buah Batu No. 54. Akan tetapi, selama kurang lebih 3 tahun sasana ini dibuka, jumlah anggotanya masih terbilang sangat sedikit, yaitu sekitar 100 *member*. Hal ini dikarenakan identitas yang sudah ada dari King sendiri masih kurang disadari oleh masyarakat sekitar. Selain itu, kegiatan promosi yang dilakukan oleh King Muay Thai Camp masih kurang efektif sehingga belum banyak menarik perhatian konsumen.

Jika dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Sabai Muay Thai, King Muay Thai Camp dapat dikatakan tertinggal satu langkah. Sabai sejauh ini sudah memiliki 2 sasana yang berlokasi di Jakarta dan Bandung, sedangkan King baru memiliki satu sasana yaitu King Muay Thai Camp Bandung. Dilihat dari segi media promosinya, Sabai sudah memiliki website yang menampilkan informasi lengkap mulai dari profil hingga kelas yang tersedia di sasana, sehingga konsumen dengan mudah mendapatkan hal-hal yang berhubungan dengan Sabai Muay Thai.

Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan identitas dan media promosi yang sesuai agar King Muay Thai Camp mampu bersaing dengan kompetitornya.

Melihat fenomena yang ada, penulis mengangkat tema ini sebagai tugas akhir dengan judul “Perancangan Ulang Identitas King Muay Thai Camp Bandung dan Penerapan pada Media Promosi”.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- A. Pola hidup instan mengakibatkan timbulnya pilihan-pilihan negatif untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk untuk memiliki bentuk tubuh yang diinginkan.
- B. Perkembangan Muay Thai di Indonesia masih tertinggal oleh Malaysia dan Singapura.
- C. Masih adanya anggapan belajar bela diri Muay Thai hanya dapat dilakukan oleh atlet profesional saja.
- D. Selama 3 tahun berdiri, King Muay Thai Camp belum dapat menarik banyak anggota.
- E. King Muay Thai Camp belum memiliki identitas perusahaan dan media promosi yang sesuai.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas King Muay Thai Camp dan penerapan pada media promosi yang sesuai dengan target konsumen?

1.3 Ruang Lingkup

Pada Tugas Akhir ini, penulis merancang identitas King Muay Thai Camp dan penerapan pada media promosi agar perusahaan dan jasa lebih dikenal serta lebih mudah dijangkau oleh konsumen.

A. Segmentasi

Sasaran dari perancangan ini adalah remaja hingga dewasa muda, usia 18 – 30 tahun karena pada usia ini sedang mengalami pertumbuhan dan

perkembangan yang terutama memiliki masalah berat badan. Selain itu, remaja dan dewasa muda juga dituntut memiliki tubuh yang fit untuk menunjang segala aktivitas yang padat.

B. Tempat

Di Bandung khususnya, Muay Thai belum berkembang seperti di ibukota. Oleh karena itu, tempat untuk penelitian ini di Kota Bandung yang juga merupakan lokasi dari King Muay Thai Camp. Wilayah difokuskan di sekitar lokasi King Muay Thai Camp yaitu di daerah Buah Batu dan sekitarnya.

C. Waktu

Dalam penyelesaian rancangan identitas King Muay Thai Camp, penulis mengerjakan dalam waktu 3 bulan (Maret – Mei 2014). Penerapan identitas perusahaan dan media promosi akan dilakukan pada pertengahan tahun 2014.

D. Media

Media yang umumnya digunakan sebagai media promosi seperti poster brosur, x-banner, spanduk, *t-shirt* dan sebagainya.

Melihat luasnya ruang lingkup permasalahan serta keterbatasan waktu, maka penulis memfokuskan perancangan pada:

- a. Perancangan kembali logo King Muay Thai Camp.
- b. Perancangan media promosi King Muay Thai Camp yang sesuai dengan target konsumen.

1.4 Tujuan Perancangan

Menghasilkan rancangan identitas perusahaan dan penerapan media promosi yang sesuai agar konsumen mengenal dan mendaftar di King Muay Thai Camp Bandung dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen yaitu gaya hidup sehat dengan berolahraga.

1.5 Cara Pengumpulan Data

A. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara ini tidak menggunakan daftar pertanyaan tertulis karena semua pertanyaan disimpan dalam otak pewawancara dan urutan pertanyaan dikeluarkan dengan sangat memperhitungkan susunan pembicaraan. Namun, harus ada target jawaban yang didapatkan sesuai dengan topik penelitian, yaitu dengan memandu dengan halus arah pembicaraan (Soewardikoen, 2013:22).

Wawancara dilakukan terhadap narasumber yang terkait terhadap permasalahan, dalam hal ini yaitu bapak Bambang selaku pemilik King Muay Thai Camp Bandung untuk mendapatkan informasi dan data perusahaan.

B. Wawancara Terstruktur

Wawancara menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang telah direncanakan sebelumnya, diajukan kepada setiap narasumber dengan urutan yang sama (Soewardikoen, 2013:22).

Wawancara dilakukan kepada para member King Muay Thai Camp yang berusia remaja dan dewasa muda untuk mengetahui perilaku konsumen serta selera dan kepuasan dari jasa yang diberikan agar kegiatan promosi yang dilakukan lebih tepat sasaran.

C. Perekaman Gambar Menggunakan Kamera Foto

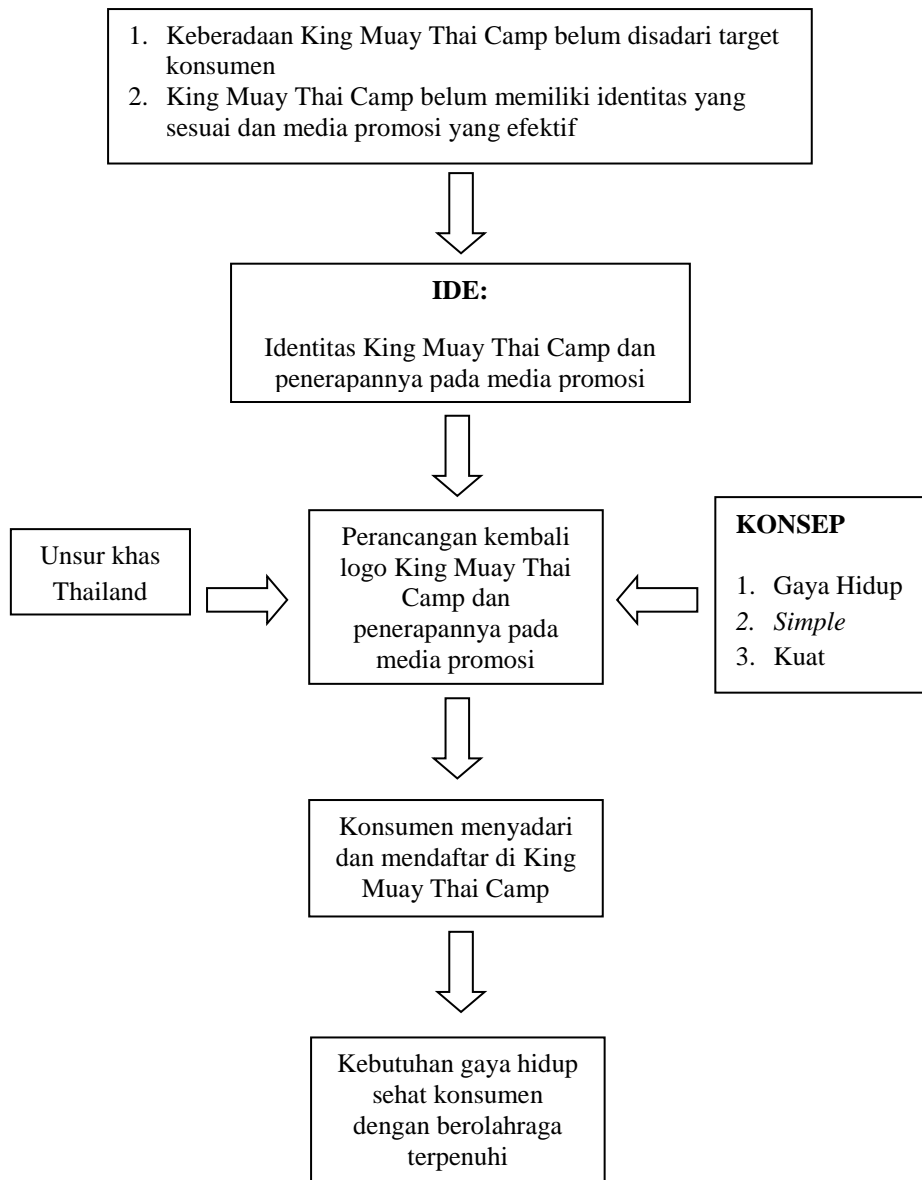
Gambar tidak dapat disuruh mengisi kuesioner, demikian juga tidak menjawab jika ditanya secara verbal, maka alat penelitian utama untuk meneliti aspek gambar adalah indera mata (Soewardikoen, 2013:16-18).

Penulis mengumpulkan informasi dan data dengan melakukan pengamatan secara langsung ke King Muay Thai Camp Bandung.

D. Studi Pustaka

Kemampuan manusia untuk mengurai dan menggabungkan, memungkinkan untuk membuat teori-teori baru dari teori-teori yang sudah ada, dari hasil membaca. Teori-teori yang digunakan untuk menganalisis bersumber dari pemikiran para ahli yang telah melakukan penelitian (Soewardikoen, 2013:6). Studi pustaka dilakukan dengan mencari teori yang relevan untuk digunakan sebagai landasan berpikir dalam perancangan ini.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan

1.7 Pembabakan

Bab I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang, permasalahan, fokus masalah, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, skema perancangan serta pembabakan.

Bab II Dasar Pemikiran

Menjabarkan teori atau dasar pemikiran yang relevan dengan permasalahan seperti teori perilaku konsumen, teori promosi, teori logo, teori warna, teori tipografi, dan teori layout.

Bab III Data dan Analisis Masalah

A. Data

Menjelaskan data berupa profil perusahaan, data khalayak sasaran, hasil wawancara, hasil kuesioner, serta tinjauan terhadap proyek/program sejenis.

B. Analisa

Menghubungkan data-data dengan teori-teori yang digunakan sehingga didapat kesimpulan untuk membuat perancangan yang efektif dan tepat sasaran.

a) Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode meneliti lingkungan dalam (internal) yang dapat digolongkan sebagai kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) serta lingkungan luar (eksternal) yang dapat digolongkan sebagai peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) suatu perusahaan guna membantu mempertemukan sumber daya perusahaan pada lingkungan yang kompetitif dimana perusahaan beroperasi.

1. *Strenght*: faktor internal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor pendukung dapat berupa sumber daya, keahlian, keuangan, citra, keunggulan di pasar serta hubungan baik antara buyer dan supplier.

2. *Weakness*: faktor internal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor penghambat dapat berupa fasilitas yang tidak lengkap, kurangnya sumber keuangan, kemampuan mengelola, keahlian pemasaran dan citra perusahaan.
3. *Opportunity*: faktor eksternal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor eksternal dapat berupa perubahan kebijakan, perubahan persaingan, perubahan teknologi dan perkembangan supplier dan buyer.
4. *Threat*: faktor eksternal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor eksternal dapat berupa masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, tingkat kepercayaan menurun, meningkatnya bargaining power daripada supplier dan buyer utama, ekonomi mengalami penurunan, perubahan teknologi serta kebijakan baru. (Purba, 2009: 55-58)

Setelah mengetahui faktor SWOT dari produk, perusahaan, proyek yang dibahas, dan merumuskan tujuan maka setelah itu dapat dikembangkan menjadi strategi yang nantinya akan menjadi program-program yang akan dilakukan. Ada empat formulasi strategi yang didapat, diantaranya :

- a. Strategi S-O
Strategi yang menggunakan kekuatan (*Strength*) untuk memanfaatkan peluang (*Opportunity*) yang ada.
- b. Strategi S-T
Strategi yang menggunakan kekuatan (*Strength*) untuk mengatasi ancaman (*Threat*).
- c. Strategi W-O
Strategi dengan meminimalkan kelemahan (*Weakness*) untuk mengejar peluang (*Opportunity*) yang ada.
- d. Strategi W-T
Strategi dengan meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan menghindari ancaman (*Threat*) yang ada. (Purba, 2009: 66)

b) Analisis Matriks

Sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep atau kumpulan informasi. Pada prinsipnya analisis matriks adalah *juxtaposition* atau membandingkan dengan cara menjajarkan. Obyek visual apabila dijejerkan dan dinilai menggunakan satu tolok ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya, sehingga dapat memunculkan gradasi misalnya membandingkan poster akan terlihat perbedaan gaya gambar dan genrenya. (Soewardikoen, 2013:50)

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan tentang konsep pesan sebagai big idea dari perancang yang dilakukan. Menjelaskan konsep kreatif dan konsep visual yang ingin dirancang dan memperlihatkan hasil akhir desain yang dirancang melalui media-media yang telah ditentukan. Konsep *marketing communication* dirancang agar media yang dibuat dapat efektif dan tepat sasaran.

Bab V Penutup

Pada bab ini penulis memberikan rekomendasi dan saran setelah menyelesaikan karya yang dibuat. Selain itu juga memberikan kesimpulan yang didapat dari proyek Tugas Akhir.