

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Olahraga merupakan kebutuhan bagi setiap orang. Tanpa disadari, setiap orang membutuhkan olahraga sebagai kebutuhan hidup sehari-hari. Namun bagi sebagian orang olahraga bukan hanya sekedar kebutuhan biasa dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya sebagai kebutuhan, tetapi olahraga juga sudah dianggap sebagai gaya hidup. Salah satu olahraga yang banyak disukai adalah futsal. Olahraga futsal adalah salah satu jenis olahraga paling mudah dan murah. futsal tidak membutuhkan peralatan khusus hanya perlu lapangan bola futsal. Salah satu aksesoris pendukung olahraga futsal adalah sepatu futsal. Sepatu futsal berfungsi untuk menunjang seseorang dalam berlari dan bebas ber atraksi atau freestyle.

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan secara serempak. Karena persepsi dari komunikasi massa diterima oleh *heterogen* maka pesan yang disampaikan oleh komunikator adalah komunikatif supaya lebih mudah dicerna dan dipahami oleh masyarakat. Komunikasi massa juga mempunyai pengaruh yang besar bagi kehidupan manusia pada zaman sekarang. Pengaruh perkembangan teknologi yang sangat pesat menjadi salah satu faktor yang berperan

besar yang dijadikan sebagai sumber media dalam proses penyampaian informasi ke masyarakat.

Media merupakan suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan ke masyarakat. Media memiliki jenis yang bervariasi sesuai dengan fungsi dan kegunaannya. Media terdiri dari tiga kategori. Kategori pertama adalah media cetak antara lain seperti poster, majalah, koran dan sebagainya. Kategori kedua adalah media *display*, anatara lain rak pameran, *stand* pameran, meja pameran dan kategori yang ketiga adalah kategori media audio visual yang meliputi *film*, *video* dan televisi. Selain dari jenisnya media massa juga mempunyai peran yang besar dalam proses komunikasi maasa, hal ini dikarenakan media massa dapat melipat gandakan pesan dan dapat menyampaikan informasi yang sama ke masyarakat dalam waktu yang singkat dan serempak.

Media cetak merupakan media yang statis dan mengutamakan peran-peran visual. Biasanya media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar atau foto dalam tata warna dan halaman putih. Sama seperti media elektronik, media cetak memiliki fungsi yaitu memberi informasi dan menghibur. Media cetak juga dapat dikatakan sebagai suatu dokumen yang berisi pendapat dari semua orang atau rekaman peristiwa yang ditangkap oleh seseorang kemudian dituangkan ke dalam tulisan, gambar serta foto-foto.

Corporate identity merupakan perwakilan atau perwujudan media visual dan fisik yang menampilkan suatu jati diri organisasi, hal ini menjadi

pembeda antara organisasi / perusahaan tersebut dengan organisasi / perusahaan yang lain. Secara *internal, corporate identity* terkait dengan kultur / budaya yang dianut oleh perusahaan. Namun, secara eksternal, *corporate identity* memiliki keterkaitan dengan *corporate image*. Saat ini, *corporate identity* telah diakui sebagai sumber daya yang strategis dan sumber keunggulan yang kompetitif.

LEAGUE adalah merek sepatu yang di produksi PT. Hardaya Aneka Shoes Indonesia (HASI) dan PT Nagasaki Pharamashoes Industries (NASA) keduanya anak PT Central Cipta MUrdaya (Berca Group). Sejak tahun 1980-an sampai dengan 31 Juli 2009 perusahaan ini memproduksi sepatu dengan merek Nike. Sebelumnya, perusahaan yang juga memproduksi Adidas. Kedua merek ini dikenal unggul mengalahkan merek Reebok dan Puma.

Namun seiring makin mahal nya harga buruh di indonesiaia, kedua pemegang merek ini mengalihkan basis produksi ke Cina dan Vietnam. Yang upah buruhnya lebih rendah ditinggalkan para principal (pemilik merek)-nya, BERca Grou yang selama ini dikenal sebagai “tukang jahit” harus bertahan hidup dengan menciptakan merek League. Merek pendatang baru pasar ini diposisikan *head on* terhadap Nike, Adidas, Puma, dan Reebok dalam hal kualitas, mengingat selama puluhan tahun Berca telah berpengalaman memproduksi sepatu Nike dan Adidas sehingga *perceived quality brand* baru ini bias ikut terkenal. Apalagi

perusahaan ini dikenal menerapkan prinsip perbaikan yang berkelanjutan (continues improvement).

Oleh karena itu semua produk League mempunyai kualitas ekspor. Bagi competitor, sedikit banyak kehadiran League sebagai merek baru yang memiliki persepsi merek bagus dan dijual dengan harga murah merupakan acaman sekurang-kurangnya untuk pasar Indonesia. Pasalnya pasar Indonesia dikenal sangat *price sensitive* ditambah kasus Corporate Identity diperusahaan League yang dipandang perlu adanya perbaikan / peningkatan upgrade.

1.2 Rumusan Masalah

Dari perancangan Tugas Akhir ini terdapat rumusan masalah yang penulis analisa, yaitu :

1. Bagaimana merancang *Corporate Identity* sepatu merk *League tipe Matrix* dengan menampilkan kualitas sepatu yang kuat?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penulisan Perancangan Tugas Akhir terdapat batasan tertentu terhadap topik permasalahan yang akan diambil. Setiap permasalahan yang ada pada topik akan dibatasi dengan merumuskan setiap masalah, mengerucut menjadi satu topik yang akan dibahas. Jadi batasan masalah yang penulis ambil pada Tugas Akhir ini hanya berfokus

pada perancangan desain *corporate identity* sepatu futsal *League* dengan menampilkan kualitas yang kuat.

1. Bagaimana proses perancangan Corporate Identity Sepatu League tipe Matrix dan cara menampilkan Citra pada sepatu dengan kualitas yang kuat?

1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan

Tujuan penulis membuat Perancangan *Corporate Identity* Sepatu *League* tipe *matrix* adalah sebagai berikut:

- (1) Sebagai persyaratan kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana S1 Program Studi Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul.
- (2) Dapat memberikan gambaran sepatu *League* yang memiliki keunggulan dalam kualitas.
- (3) Menjadi bahan acuan atau referensi untuk tugas selama perkuliahan pada setiap mahasiswa.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah mencari sumber informasi yang akan dibahas oleh penulis untuk melengkapi data-data penting dari topik yang akan dibahas oleh penulis. Di sini penulis menggunakan pengumpulan data *kualitatif* berupa survey lapangan observasi dan wawancara dokumentasi foto.

1.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran perancangan digunakan untuk mempermudah penulis dalam memahami masalah yang ada dalam karya tugas akhir ini. Penulis melakukan pemetaan sederhana pada permasalahan yang ada dan pada akhirnya akan menghasilkan sebuah karya perancangan *corporate identity* sepatu *League* tipe *Matrix* dalam desain komunikasi visual.

1.7 Skematika Perancangan

Gambar 1.1
SKEMATIKA PERANCANGAN



sumber: <https://cogase.files.wordpress.com/2009/05/1.jpg>. Oleh: J.C Jones, 1 April 2016