

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 LATAR BELAKANG

Olahraga adalah bentuk kegiatan untuk melatih tubuh atau jasmani dan rohani seseorang. Falsafah olahraga yang tak asing lagi yaitu di dalam tubuh yang kuat akan terdapat jiwa yang sehat pula. Melalui aktivitas olahraga banyak hal yang positif di dapatkan. (Prasetyo,2013). Olahraga dibagi menjadi dua kelompok utama, yaitu: olahraga permainan dan olahraga ketangkasan. Pada perkembangannya mulai dikenal istilah *extreme game* atau olahraga ekstrim. Olahraga ini lebih mengarah kepada olahraga yang lebih modern dan lebih individualis yang memiliki tingkat kesulitan yang lebih tinggi.

Olahraga ekstrim memiliki banyak macamnya, antara lain : *skateboard*, *BMX*, *downhill mountain biking*, *free running* dan *parkour*, dsb. *Surfing* merupakan sebuah olahraga yang biasanya berlangsung di atas ombak yang tinggi. Olahraga ini dilakukan dengan menggunakan sebilah papan sebagai alat untuk bermanuver di atas ombak. Papan tersebut akan bergerak dengan menggunakan tenaga arus ombak di bawahnya dan arahnya dikendalikan seorang peselancar. Adrenalin akan terpacu karena tertekan untuk mengarahkan papan selancar sekaligus menjaga keseimbangan. Mirip rodeo, tetapi pada Olahraga ini peselancar menunggangi ombak liar(<http://id.wikipedia.org>).

Olahraga ini pertamakali di perkenalkan di Indonesia yaitu di Bali pada tahun 1960. Olahraga ini mulanya dibawa oleh turis dari Eropa "Hippie Trail" yang pergi berlibur ke bali, *History of Surfing* (Matt Warshaw 2011:305). Bali juga memiliki ombak yang bagus untuk olahraga selancar atau *surfing*. Papan tersebut akan bergerak dengan menggunakan tenaga arus ombak di bawahnya dan arahnya dikendalikan seorang peselancar, disini para peselancar bisa bermanuver sesuai dengan level permainan yang sudah mereka kuasai. Olahraga ini cukup diminati, terutama untuk anak-anak di seputaran pantai kuta. Mendapatkan ombak yang baik untuk melakukan *surfing* di pantai kuta pada bulan mei sampai dengan november.(<http://balisoulmate.com/sport/surfing-dan-pulau-bali>).

Anak-anak memiliki karakteristik yang khas, baik secara fisik, psikis, sosial, moral dan sebagainya. Masa anak-anak juga masa yang paling penting untuk sepanjang usia hidupnya. Sebab masa anak-anak adalah masa pembentukan pondasi dan kepribadian yang akan menentukan pengalaman anak selanjutnya. Sedemikian pentingnya usia tersebut maka memahami karakteristik anak usia dini menjadi mutlak adanya bila ingin memiliki generasi yang mampu mengembangkan diri secara optimal (Prasetyo,2013).

Masa anak-anak merupakan perkembangan yang paling penting dalam tahap perkembangan manusia, sebab usia tersebut merupakan periode diletakkannya dasar struktur kepribadian yang dibangun untuk sepanjang hidupnya manfaat berolahraga bagi anak-anak. Budaya hidup sehat dengan olahraga tentunya harus menjadi sebuah *life style* ataupun gaya hidup bagi setiap individu dalam segala usia tidak terkecuali anak-anak. untuk menerapkan budaya hidup sehat dengan berolahraga tentunya harus dimulai sejak dini (Prasetyo,2013).

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu mengatakan, *fashion* merupakan salah satu industri yang penting dalam pengembangan Industri Kreatif Indonesia. Di tahun 2013, dari 15 sektor Industri Kreatif, *fashion* menjadi penyumbang terbesar kedua terhadap produk *domestic* bruto (PDB) Nasional. “Tahun lalu, kontribusi industri *fashion* sebesar Rp 181 triliun dari total 15 sektor ekonomi kreatif sebesar Rp 642 triliun. Jadi, kalau ekonomi kreatif memberi sumbangan 7% kepada PDB, kontribusi industri *fashion* 2%. Jadi, memang luar biasa pentingnya sektor *fashion* ini karena pertumbuhannya di tahun lalu itu 6,4% atau lebih tinggi dari pertumbuhan nasional sebesar 5,7%,” kata Mari Elka Pangestu di Jakarta, Kamis (13/2). Di luar itu, industri *fashion* menurut Mari Elka juga menyerap sekitar 3,8 juta tenaga kerja dari 11,9 juta tenaga kerja di ekonomi kreatif, serta menyumbang sekitar Rp 76 triliun terhadap ekspor. “Data-data tersebut menggambarkan bahwa industri *fashion* ini memang sangat penting dalam konteks pengembangan industri kreatif. Potensinya sangat besar bukan saja untuk pasar dalam negeri, tapi juga pasar luar negeri,”. Dengan berkembangnya golongan *middle class*, menurutnya, saat ini juga semakin banyak orang yang bersedia membayar sedikit lebih mahal untuk produk *fashion* yang didesain lebih baik, bahkan untuk brand dalam negeri. Karena itu, Kemparekraf

juga telah membuat beberapa program untuk mengembangkan *brand* dan desain lokal.(<http://www.beritasatu.com/gaya-hidup/166402-industri-fashion-indonesia-sumbang-rp-181-triliun-untuk-pdb.html>).

Melihat peluang usaha dalam bidang bisnis pada bidang *fashion* katagori *apparel and accessoris* dalam sector *lifestyle and ritel* melihat dari target *market* yaitu anak-anak dan target *audiensnya* adalah orang tua yang sangat besar dan yang dimana angka kunjungan turis ke Bali untuk bermain *surfing* yang masih tinggi sebesar 2.05 juta turis yang daftar kursus *surfing* di Bali pada tahun 2013 yang dimana setiap tahunnya rata-rata meningkat 4.34% turis yang mendaftar kursus *surfing* di Bali. Memiliki peluang pasar yang sangat besar di karena jumlah pesaing dalam bidang bidang *fashion* katagori *apparel and accessoris* dalam sector *lifestyle and ritel* dengan target *market* anak-anak belum terlalu banyak dan peluang dalam bisnis ini sangatlah besar makam *brand* ini mengembangkan *fashion* dan produk *surfing* untuk anak-anak kepada masyarakat dan turis yang berkunjung ke Bali.

## 1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas dapat disimpulkan identifikasi masalah yaitu :

1. Bagaimana mendapatkan peluang bisnis dalam bidang *fashion* kategori *apparel and accessories* dalam sector *lifestyle and ritel* dengan target *market* anak-anak sangat besar sehingga hal ini mendorong *brand* ini untuk mewujudkan serta mengembangkan *fashion* dan produk surfing khusus anak-anak.

2. Sebagai *brand* pendatang baru dalam bidang *fashion* kategori *apparel and accessories* dalam sector *lifestyle and ritel* dengan target *market* anak-anak maka diperlukan perancangan identitas *brand* , *positioning brand* di benak target *audies* dan pengembang produk dari *brand* ini dapat dikenali oleh target *audiens*.

## 1.3 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan rumusan permasalahan dalam pembuatan laporan tugas akhir ini adalah :

1. Bagaimana strategi branding yang digunakan agar target *audies awereness* terhadap *brand* ini...?

## 1.4 BATASAN MASALAH

Mengingat luasnya permasalahan yang ada maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Pengembangan produk dan perancangan *brand action sport "surfing"* untuk anak-anak .
2. Wilayah yang dicakup daerah kuta, Bali.

## 1.5 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari kegiatan penelitian laporan tugas akhir yaitu:

1. Untuk mengetahui cara penciptaan identitas *brand* sehingga *brand* ini dapat menarik minat dari target *audies*.
2. Untuk merancang dan mengembangkan sebuah produk sehingga dapat diterima oleh masyarakat dan turis asing yang berkunjung ke Bali.

## 1.6 MANFAAT PENELITIAN

### 1. Bagi Penulis ( Perancang )

Menambah wawasan dan kreatifitas dalam mengembangkan sebuah *brand* serta mengembangkan dan mempraktekkan pendidikan yang telah di pelajari selama masa perkuliahan di jurusan Desain Komunikasi Visual konsentrasi Desain Grafis sehingga tugas akhir ini. diharapkan dapat menjadi keilmuan *branding* yang membantu dalam dunia pendidikan.

### 2. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan yang bermanfaat untuk pengetahuan keilmu dalam bidang desain komunikasi visual jurusan desain grafis dalam pengembangan produk dan perancangan *brand* serta dapat menjadi refensi dan untuk penelitian selanjutnya.

## 1.7 METODE PENELITIAN

Untuk menyempurnakan data - data yang dibutuhkan dalam penyusunan tugas akhir ini, maka penulis melakukan metode pengumpulan data melalui 3 (tiga) cara yaitu :

### 1. Metode kualitatif

Metode untuk mengeksklorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individual atau sekelompok orang yang dianggap berasal dari masalah. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan, dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara individual mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum, dan menafsirkan makna data, research design (Creswell 2013;4)

#### Etnografi

Merupakan salah satu strategi penelitian kualitatif yang di dalamnya penelitian menyelidiki suatu kelompok kebudayaan di lingkup alamiah dalam periode waktu yang cukup lama dalam pengumpulan data utama, data observasi, dan data wawancara (Cresswell, 2007b). Proses penelitiannya fleksibel dan biasanya berkembang sesuai kondisi yang

dijumpai di lapangan (LeCompte&Schensul, 1999), yang di kutip oleh (Cresweel 2013;20) .

## 2. Metode Observasi

Yaitu mengumpulkan data dengan cara melakukan observasi langsung di instansi dengan menggunakan tehnik dialog dan tanya jawab langsung kepada narasumber sekitar.

## 3. Literatur

Yaitu penulis berpedoman pada buku-buku atau referensi dan situs internet yang berkaitan dan berhubungan langsung dengan topik yang diangkat.

### **1.8 SISTEMATIKA PENULISAN**

Dalam penyajian laporan penelitian akhir ini, digunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

**BAB I:** Pembahasan, memberikan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, sistematika penulisan, bahan bacaan serta kerangka pikir.

**BAB II:** Membahas tentang teori-teori yang berhubungan dan digunakan dalam pembuatan laporan tugas akhir.

**BAB III:** Membahas tentang data dan analisa dalam perancangan identitas dan pengembangan produk bagi sebuah *brand*.

**BAB IV:** Konsep perencanaan dan proses dalam pengembangan produk dan perancangan *brand* yang meliputi konsep media, kreatif ,visual. Serta hasil perancangan

**BAB V:** Penutup

## 1.9 KERANGKA BERPIKIR

