

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Road Race adalah salah satu kegiatan olahraga dalam kategori balap di Indonesia yang telah mempunyai banyak penggemar dan atlet profesional serta sudah terdapat ajang kejuaraan balap di tingkat nasional maupun internasional. Olah raga balap satu ini yaitu *Road Race*, awalnya hanya digemari oleh kaum pria, dimana kegiatan ini merupakan kegiatan yang memacu *adrenalin* yang cukup besar, namun seiring berjalannya waktu, kaum wanita pun juga mulai menyukai kegiatan ini hingga sekarang dengan banyaknya penggemar dan atlet profesional wanita.

Event balap motor road race juga diadakan oleh pihak sponsor seperti pikoli *matic race*, sumber production, acara bupati *cup*, *fun matic race* dan *cornering* dan kejuaraan nasional (kejuaras) dan lain sebagainya. *Event* balap motor *road race* ini dibawah naungan Ikatan Motor Indonesia (IMI). *Event* balapan di atas selain dimaksudkan untuk meningkatkan para penerus olahraga balap motor dan bertujuan untuk mengurangi balapan-balapan liar yang banyak dilakukan oleh anak muda. Balapan liar selain membahayakan bagi diri mereka sendiri serta membahayakan keselamatan pengguna jalan yang lain.

Pembalap motor *road race* di Indonesia biasa disebut oleh kalangan pencinta motor *road race* adalah joki. Motor *road race* terdiri dari kelas *matic* bebek hingga jenis motor *sport*. Cabang balap motor ini sangat cocok untuk memacu *adrenalin* terutama bagi penggemar kecepatan balap motor. Balap motor *road race* bisa dibilang olah raga yang *extreme*, karena mengingat ubahan pada mesin yang tidak lagi standar dapat dipacu dengan kecepatan yang cukup tinggi. Modifikasi motor *road race* mempunyai ciri khusus dalam tampilan motornya, untuk modifikasi pada *road race*, tampilan pada motor yang digunakan rata-rata menggunakan body buta atau tidak standar, dan

bagian rangka ini telah terjadi berbagai perubahan untuk menyesuaikan posisi pembalap.

Dalam balap motor *road race* yang perlu diperhatikan juga kemampuan dalam menyeting sepeda motor. Balap motor *road race* memperhitungkan durabilitas (lamanya ketahanan) dari motor, karena dipakai untuk beberapa putaran dalam perlombanya. Memodifikasi kendaraan motor diperlukan untuk mendapatkan *performa* motor yang lebih dari motor standar yang dikeluarkan pabrikan. Karena balap motor ini resikonya sangat tinggi, untuk itu kemampuan dalam mengemudi dan setandar keselamatan (*safety riding*) lainnya haruslah diperhatikan sesuai peraturan yang diberlakukan pada *road race*.

Selain banyak pembalap yang mengikuti *event* tersebut di atas, para penontonpun juga banyak yang menyukai *event* balapan motor tersebut, mereka ingin menyaksikan keahlian para pembalap dalam memacu kendaraan, bagi para penonton juga sebagai hiburan dalam dunia *otomotif*. Bahkan setiap *event* yang diadakan hampir selalu dipenuhi oleh para penonton baik dari daerah tempat *event* itu dilaksanakan maupun dari daerah lain.

Amorfati Team belum memiliki *brand identity* yang jelas dan unik. Menurut Kotler dan Keller (2006:256) mengemukakan pengertian brand menurut The American Marketing Association (AMA).

Menurut Duncan (2002: 13) adalah sebagai berikut : *Brand* adalah perseri yang terbentuk dari kumpulam informasi dan pengalaman yang membedakan perusahaan dan produk perusahaan tersebut dari pesaing. Menurut Vincent Grimaldi (2003: 12) adalah sebagai berikut: *Brand* adalah suatu kombinasi atribut-atribut, yang dikomunikasikan melalui suatu nama, atau symbol, yang dapat mempengaruhi proses berfikir di dalam pikiran seseorang dan menciptakan nilai.

Sedangkan menurut Dave Dolak (2003: 2) adalah sebagai berikut : Brand adalah satu kesatuan yang bisa diidentifikasi yang menjadi jaminan nilai yang spesifik. Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat di simpulkan bahwa brand merupakan sebuah identitas bisa berupa nama, istilah, tanda,

simbol, desain, atau kombinasi seluruhnya yang merupakan jaminan-jaminan nilai yang spesifik yang dapat mempengaruhi proses berfikir seseorang dan jika di tambah dengan berbagai macam dimensi akan membedakan antara produk tersebut dengan produk lainnya dalam memenuhi kebutuhan yang sama.

Oleh karena itu, kebutuhan *brand* sangat penting, karena selain meningkatkan sektor perkapitanya juga dapat lebih di kenal lagi oleh masyarakat. Pada perancangan proyek akhir ini perancang lebih memfokuskan pada *brand identity* pada Amorfati Team, sehingga bisa memberikan identitas tersendiri bagi Amorfati Team ini.

Arahan dari perancangan brand identity pada team balap *road race* amorfati team ini untuk membentuk sebuah identitas Amorfati Team itu sendiri, karena dengan *rebranding* ini diharapkan agar masyarakat yang menyukai dunia *otomotif* khususnya olahraga balap motor *road race*. Oleh karena itu pengerjaan proyek akhir ini peneliti mengambil judul “Perancangan Brand Identity Pada Team Balap Road Race Amorfati Team”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam “Perancangan Brand Identity Pada Team Balap Road Race Amorfati Team” adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang *Brandidentity*Amorfati Team yang sesuai dengan karakteristik Amorfati Team?
2. Gaya *visualisasi* dan mengangkat citra seperti apakah yang sesuai dengan penggemar otomotif balap *road race*?

1.3. Batasan Masalah

Agar masalah tidak terlalu meluas maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penulisan ini, maka dengan demikian penulis membuat batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Penulis hanya membahas masalah objek balap motor *road race*.
2. Batasan masalah difokuskan kepada rebranding pada *brand identity* Amorfati Team.
3. Target penelitian ini ditujukan khususnya penggemar balap motor remaja dan dewasa awal yang berumur 18 – 35 tahun.

1.4. Maksud dan Tujuan

Membuat sebuah *Brand Identity* untuk membuat Amorfati Team agar lebih di kenal dan memiliki *value* di mata *audiens* yang sesuai dengan karakteristik balap *roadrace*.

1.5. Manfaat Perancangan

Perancangan Brand Identity Team Road Race Amorfati Team ini diharapkan memberikan manfaat yang baik, dimana manfaat Proyek Akhir ini diuraikan sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Akademis

Inti dari manfaat profesi dalam proses Perancangan Medai Promosi Pada Team Road Race Amorfati team adalah sebagai berikut:

1. Bagi keilmuan Desain Komunikasi Visual dapat menjadi referensi bagi yang ingin mengetahui dan mempelajari tentang *Brand Identity*
2. Sebagai acuan dan referensi akademis, mengenai penyusunan dan Perancangan Brand Identity Pada Team Balap Road Race “Amorfati

Team” untuk civitas Widyatama khususnya mahasiswa Desain Komunikasi Visual

1.5.2 Manfaat Praktis

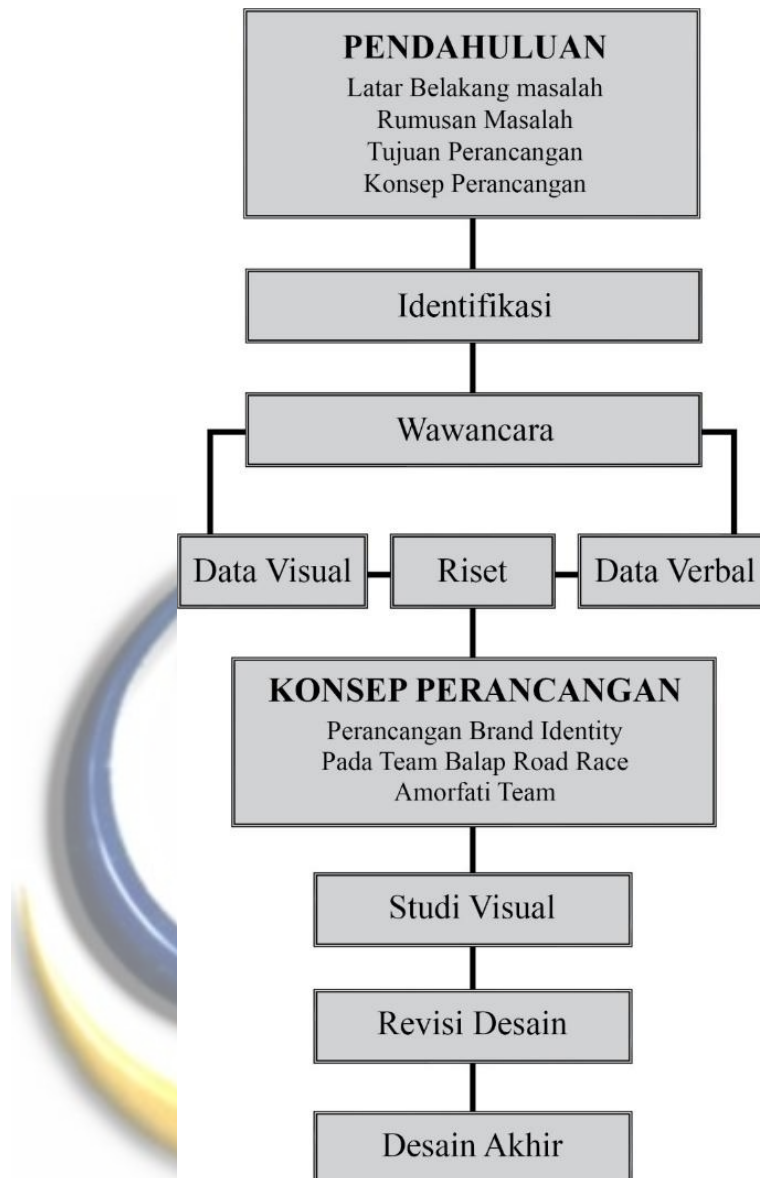
Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis sebagai gambaran mengenai sebuah proses dalam melakukan *rebranding*.

1.6. Profil Amorfati Team



Nama : Amorfati Team
Nama Pemilik : Silviana Octaviani
Tahun Berdiri : 2019
Alamat : Gg. Sekejati 10 No 45 rt 001 rw 001 Kec.
Sukapada, Kel. Cibeunying Kidul, Bojong
Koneng, 40125
No. Telpon : 085771130679
Produk Pendukung : Berbagai macam merchandise amorfati team,
seperti jersey, kaos, topi dan sebagainya.
Slogan : Amorfati The Dream Team!

1.7. Alur Perancangan



1.1 Tabel Tahap Perancangan