

BAB II. PEMBAHASAN MASALAH DAN SOLUSI MASALAH IDENTITAS VISUAL CIKOLE BIKE PARK

II.1. Landasan Teori

II.1.1. Identitas

Identitas adalah gambaran yang menggambarkan suatu produk atau perusahaan dibandingkan dengan produk atau perusahaan lain. Identitas digunakan sebagai pembeda antara satu dengan yang lainnya (Rustan, 2009, h.54). Identitas yang ditampilkan secara konsisten akan memberikan citra kepada khalayak bahwa entitas tersebut memiliki konsekuensi dan profesionalisme. Berdasarkan hal tersebut, diharapkan identitas dapat meningkatkan brand awareness dan citra positif di masyarakat.

II.1.2. Visual

Visual adalah apa yang dapat dilihat dan terdiri dari beberapa tahap, yaitu tahap persepsi, tahap seleksi dan tahap pemahaman. Fase deteksi memungkinkan cahaya yang cukup untuk masuk ke mata sehingga dapat melihat objek di sekitarnya. Tahap seleksi terdiri dari mengisolasi dan melihat bagian tertentu dari objek atau bagian dari objek, menjadikannya hasil kombinasi dari iluminasi dan fokus mata dengan fungsi otak tingkat lanjut. Tahap pemahaman adalah tentang memahami apa yang harus dipilih untuk memproses gambar secara psikologis pada tingkat kesadaran yang lebih dalam (Wahyuningsih, 20015, h.4).

Pada dasarnya, visual adalah cara mengatur pikiran dan meningkatkan kemampuan berpikir dan komunikasi. Visual sendiri memiliki fungsi yang diantaranya adalah sebagai sarana informasi, promosi, dan juga sebagai informasi.

II.1.3. Identitas Visual

Identitas visual merupakan cerminan dari visi dan misi perusahaan yang dituangkan dalam logo perusahaan. Pengertian Logo ini adalah sesuatu yang nyata yang merupakan cerminan tak terlihat dari sebuah perusahaan yang direpresentasikan dalam bentuk visual (Putra, 2020, h.111).

Identitas visual memiliki fungsi sebagai citra atau identitas diri dari perusahaan, dan juga sebagai tanda untuk pengenalan perusahaan. Identitas visual sendiri memiliki elemen-elemen pendukung di dalamnya.

II.1.3.1. Elemen Identitas Visual

Elemen identitas visual mencakup pada berbagai elemen grafis yang mendukung dalam perancangan identitas visual (Rustan, 2009, h.59). Elemen-elemen identitas visual ini adalah sebagai berikut.

a. Nama

Elemen-elemen yang terkait dengan identitas visual (logo, tipografi, gambar, warna) dibangun di atas nama (Rustan, 2013, h.59). Berdasarkan penjelasan berikut dapat dikatakan bahwa nama merupakan bagian yang sangat penting dari identitas, karena nama digunakan sebagai dasar identifikasi entitas.

b. Logo

Logo adalah elemen identifikasi visual yang berupa gambar dan simbol. Kata logo berasal dari bahasa Yunani “logos”, yang berarti kata, pikiran, ucapan atau akal. Istilah logo muncul sekitar tahun 1937 sebagai penyederhanaan dari istilah logo sebelumnya. Logo sendiri muncul sekitar tahun 1810-1840, dan dimaksudkan untuk mengeja nama entitas yang dirancang khusus dengan teknologi huruf. Logo asli hanya menyertakan teks, tetapi seiring perkembangannya, beberapa elemen tambahan ditambahkan ke desain logo (Rustan, 2009, h.12).

Elemen terpenting dalam pengenalan visual adalah logo. Logo tersebut selalu diterapkan pada aplikasi pengenalan visual lainnya. Oleh karena itu, penting untuk mendesain logo yang dapat mencerminkan kepribadian dan jiwa brand.

c. Tagline

Tagline adalah frasa singkat yang menangkap esensi merek, kepribadian, dan posisi perusahaan, serta membedakan perusahaan dari pesaingnya. Singkatnya, *tagline* ini

tidak asal-asalan. *tagline* tumbuh dalam proses strategis dan kreatif yang intens. (Wheeler, 2013, h.24).

Tagline termasuk salah satu atribut identitas visual. *Tagline* ini terdiri dari satu atau lebih kata, yang menggambarkan esensi, kepribadian, dan *positioning* merek.

d. Warna

Warna digunakan secara objektif atau fisik sebagai atribut cahaya yang dipancarkan, atau secara subjektif sebagai bagian dari pengalaman mata atau penglihatan. Secara obyektif, warna dapat diberikan oleh panjang gelombang (Sanyoto, 2009, h.11).

Memilih warna yang tepat adalah proses yang sangat penting dalam identitas visual. Memilih warna yang tepat membutuhkan riset mendalam untuk menghubungkan berbagai bidang seperti psikologi, budaya, dan komunikasi.

e. Tipografi

Tipografi merupakan salah satu pilar pendukung identitas visual yang efektif. Tanpa tipografi yang unik dan mudah dibaca, tidak akan ada citra perusahaan yang terpadu dan koheren. Penyusunan huruf juga harus mendukung strategi pemosisian dan hierarki informasi. Tipografi dalam sistem pengenalan visual juga membutuhkan konsistensi dan keseriusan (Wheeler, 2009, h.154).

f. Gambar

Peran elemen gambar atau ilustrasi juga digunakan sebagai konteks pengenalan produk atau perusahaan (Putra, 2020, h.135). Elemen gambar dapat digunakan untuk media *offline*, pengemasan, titik penjualan, dan lain lain. Selain identitas merek, elemen gambar juga dapat digunakan untuk identitas visual perusahaan.

II.1.4. Mountain Bike

Mountain Bike (MTB) atau sepeda gunung merupakan olahraga yang dilakukan dengan cara mengendarai sepeda MTB (Brian Lopes, 2010, h.1). Medan yang

dilalui dapat berupa gurun, pegunungan, jalan bebatuan, dsb. Terdapat banyak kategori dari olahraga sepeda gunung ini seperti *downhill*, *cross country*, *dirt* dan *jumping*.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sepeda gunung adalah sepeda yang dirancang sedemikian rupa sehingga cocok digunakan pada medan pegunungan. Sepeda gunung atau sering disebut juga *mountain bike* atau dapat disingkat MTB. Sesuai dengan nama Mountain Bike sendiri, sepeda jenis ini memang ditujukan untuk kegiatan olahraga bersepeda di jalur pegunungan yang memiliki kontur tanah yang tidak merata.

II.1.5. Bike Park

Bike park adalah lahan yang dirancang khusus untuk kegiatan olahraga bersepeda *off-road* atau bersepeda gunung. *Bike park* dapat dibangun di berbagai daerah, mulai dari daerah perkotaan, pedesaan, lahan publik atau daerah yang terintegrasi dengan sistem jalan setapak. *Bike park* dapat mencakup kursus keterampilan, *pump track*, lompatan, lintasan, dan berbagai fitur lainnya. Dengan banyak pilihan desain dan anggaran yang tersedia, *bike park* adalah proyek yang dapat diinisiasi oleh komunitas ataupun melibatkan pihak-pihak tertentu (Davies, 2009, h.6).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Sepeda Gunung adalah sepeda yang dirancang sedemikian rupa sehingga cocok digunakan pada medan pegunungan. Sepeda gunung atau sering disebut juga Mountain Bike atau dapat disingkat MTB. Sesuai dengan nama Mountain Bike sendiri, sepeda jenis ini memang ditujukan untuk kegiatan olahraga bersepeda di jalur pegunungan yang memiliki kontur tanah yang tidak merata

Sedangkan Taman menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah suatu kebun yang ditanami berbagai bunga dan tumbuhan lainnya yang kemudian menjadi tempat untuk bersenang - senang. Taman juga diartikan KBBI sebagai tempat yang sifatnya menyenangkan dan semacamnya. Park memiliki pengertian yaitu Taman. Taman adalah ruang terbuka yang memiliki suatu luas tertentu yang

di dalamnya terdapat berbagai pepohonan, semak belukar dan rumput-rumputan yang dapat dipadu padankan dengan bahan tertentu lainnya. Taman sendiri umumnya diperuntukan untuk kegiatan olahraga, bermain dan kegiatan lainnya.

II.2. Objek Perancangan

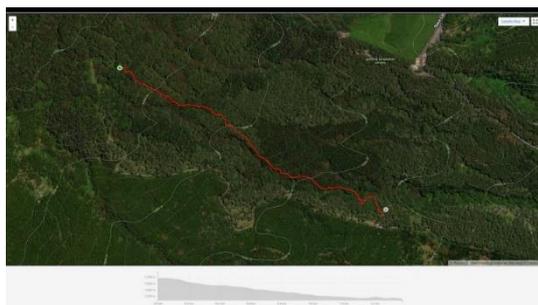
II.2.1. Cikole Bike Park



Gambar II.1 Cikole Bike Park

Sumber : Dokumentasi pribadi (2021)

Cikole Bike Park adalah salah satu sarana olahraga bersepeda yang tertua yang ada di Jawa Barat. Cikole Bike Park terletak di Desa Cikole Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat dan berada pada kawasan lahan milik Perhutani Kabupaten Bandung Barat.



Gambar II.2 Peta Cikole Bike Park.

Sumber : <https://ep1.pinkbike.org/p5pb15375390/p5pb15375390.jpg>

(Diakses pada 19 Juli 2021)

Cikole Bike Park memiliki daya tarik tersendiri dengan trek yang dibagi menjadi dua. Trek yang pertama yaitu trek Bahenol dengan tipe AM (*All Mountain*) dengan

panjang trek 1,3 km dan yang kedua yaitu trek Cikole klasik dengan tipe trek DM (*Downhill Mountain*) dengan panjang trek 1,6 km.



Gambar II.3 Trek Cikole Bike Park.

Sumber : <https://ep1.pinkbike.org/p4pb15375409/p4pb15375409.jpg>

(Diakses pada 19 Juli 2021)

Cikole Bike Park sendiri adalah trek yang dirancang untuk kegiatan olahraga bersepeda dengan jenis sepeda MTB (*Mountain Bike*) dengan spesifikasi sepeda khusus. Sepeda MTB dengan spesifikasi khusus diwajibkan karena karakter dari trek di Cikole Bike Park yang memiliki kontur tanah tidak rata, curam, dan berkelok.

II.2.1.1. Sejarah Cikole Bike Park

Sejarah didirikannya Cikole Bike Park ini adalah pada tahun 1994, dimana pada saat itu beberapa komunitas sepeda MTB yang berada di Jawa Barat, terutama di Kota Bandung dan sekitarnya sering mengadakan kegiatan olahraga bersepeda di daerah desa Cikole, kecamatan Lembang, Bandung Barat. Jauh sebelum sektor pariwisata yang ada di Cikole didirikan. Sekitar awal tahun 2001. Pemkab. Bandung Barat mulai mengembangkan sektor pariwisata yang memanfaatkan situasi dan kondisi yang terdapat di desa Cikole untuk dijadikan tempat berwisata. Tempat wisata ini adalah kawasan Orchid Forest yang diproyeksikan sebagai kawasan wisata yang dapat memberi berbagai dampak positif terhadap masyarakat yang tinggal di sekitar Cikole Bike Park. Cikole Bike Park pun akhirnya resmi menjadi bagian dari tempat wisata yang terdapat di dalam Orchid Forest ini yang diminati khususnya oleh penggemar olahraga bersepeda.

II.2.1.2. Pembagian Trek Cikole Bike Park

Cikole Bike Park sendiri memiliki trek yang dibagi menjadi dua jenis trek. Trek yang pertama adalah trek Bahenol dengan tipe trek AM (*All Mountain*) dan trek Cikole Klasik dengan tipe trek DM (*Downhill Mountain*). Trek tersebut cocok digunakan untuk berlatih olahraga bersepeda Downhill dikarenakan memiliki berbagai obstacle yang dapat melatih skill dalam olahraga bersepeda *downhill*.

a. Trek Bahenol (AM/*All Mountain*)



Gambar II.4 Trek Bahenol.

Sumber : <https://ep1.pinkbike.org/p4pb15375356/p4pb15375356.jpg>

(Diakses pada: 28 April 2021)

Trek AM (*All Mountain*) atau biasa disebut Trek Bahenol yang terdapat di Cikole Bike Park ini memiliki panjang lintasan sepanjang 1,3 km dengan tingkat kesulitan trek *hard*.



Gambar II.5 *Corner* pada trek Bahenol.

Sumber : <https://ep1.pinkbike.org/p4pb15375498/p4pb15375498.jpg>

(Diakses pada: 28 April 2021)

Dinamakan trek Bahenol karena kondisi lintasan yang berliku dan memiliki berbagai obstacle didalamnya. Untuk jenis 16 sepeda yang dapat melintasi trek ini

adalah sepeda berjenis MTB *All Mountain* dengan panjang travel 140 mm s/d 180 mm.

b. Trek Cikole Klasik (DM/Downhill Mountain)



Gambar II.6 *Start Line Cikole Classic.*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

Trek DM (Downhill Mountain) adalah trek yang terdapat di Cikole Bike Park yang dibangun terlebih dahulu sebelum trek AM (All Mountain) atau trek Bahenol. Trek DM ini memiliki panjang lintasan sepanjang 1,6 km.



Gambar II.7 *Berm di trek Cikole Classic.*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

Trek ini dibangun pada tahun 2005, dan hingga saat ini masih aktif digunakan sebagai sarana kegiatan olahraga bersepeda *downhill*. Untuk jenis sepeda yang dapat melintasi trek ini adalah sepeda berjenis MTB *downhill* dengan panjang travel 180 mm s/d 200 mm.

II.2.1.3. Sarana dan Prasarana Cikole Bike Park

Seiring dengan perkembangannya, Cikole Bike Park kini memiliki berbagai fasilitas yang cukup lengkap untuk menunjang aktivitas pengunjung yang datang. Yaitu dengan pembangunan mushola, toilet umum, area parkir, dan berbagai fasilitas pendukung lainnya. Yang menjadi daya tarik dari Cikole Bike Park, selain fitur trek yang lengkap dan sesuai standar olahraga bersepeda MTB, fasilitas yang cukup lengkap juga merupakan daya tarik yang dimiliki oleh Cikole Bike Park. Berikut ini adalah fasilitas yang tersedia di Cikole Bike Park :

1. Area Parkir



Gambar II.8 Areal parkir mobil.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

Areal parkir yang tersedia di Cikole Bike Park terbagi menjadi areal parkir mobil dan areal parkir motor yang cukup luas. Masing-masing areal parkir dijaga oleh petugas parkir.

2. *Loading Car Area*



Gambar II.9 Areal parkir mobil.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

Tersedia fasilitas *loading* sepeda bagi pengunjung yang membawa sepeda, untuk menuju ke *start line*.

3. **Tempat Penitipan Barang**



Gambar II.10 Tempat penitipan barang.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

Tempat penitipan barang tersedia di Cikole Bike Park apabila pengunjung ingin menitipkan barang bawaannya. Bagi para pengunjung yang menggunakan kendaraan motor, helm dapat juga dititipkan ditempat penitipan barang.



Gambar II.11 Papan informasi penitipan barang.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

4. Mushola



Gambar II.12 Mushola.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

Tersedia mushola di Cikole Bike Park, yang disediakan bagi pengunjung yang beragama Islam apabila hendak menunaikan ibadah sholat.

5. Warung



Gambar II.13 Warung yang ada di Cikole Bike Park.

Sumber : Dokumentasi pribadi (2021)

Tersedia berbagai warung yang ada di Cikole Bike Park yang menyediakan berbagai makanan, minuman, hingga obat-obatan.



Gambar II.14 Warung yang ada di Cikole Bike Park.

Sumber : Dokumentasi pribadi (2021)

6. Toilet



Gambar II.15 Toilet.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

Toilet yang tersedia di Cikole Bike Park bagi pengunjung. Tersedia petugas penjaga di toilet untuk menjaga keamanan dan kebersihan toilet Cikole Bike Park.



Gambar II.16 Papan tanda toilet.
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

7. Cuci Sepeda



Gambar II.17 Cuci sepeda
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

Fasilitas cuci sepeda disediakan oleh Cikole Bike Park untuk pengunjung yang telah melakukan *run* dengan sepedanya di trek Cikole Bike Park.

8. Pos Penanganan



Gambar II.18 Pos penanganan
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

Pos penanganan untuk mengelola areal parkir sekaligus menjaga keamanan dan ketertiban di Cikole Bike Park.

II.3. Analisis Permasalahan

II.3.1. Analisis Logo

Menurut kamus Merriam Webster, logo adalah simbol yang digunakan untuk mengidentifikasi perusahaan dan yang ada pada berbagai aplikasinya. Logo adalah elemen grafis berupa ideogram, simbol, emblem, ikon, tanda yang melambangkan merk ataupun perusahaan (Oscario, 2013, h.191).

Identitas yang ditampilkan secara konsisten dapat memberikan gambaran kepada khalayak bahwa entitas memiliki konsekuensi dan bersifat profesional (Rustan, 2009, h.98). Berdasarkan analisis logo dari Cikole Bike Park, logo yang sebelumnya digunakan adalah logo dengan jenis *wordmark*. Adanya inkonsistensi dalam penggunaan *Wordmark* yang digunakan oleh Cikole Bike Park. Seperti yang dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar II.19 *Wordmark* Cikole Bike Park

Sumber : Dokumentasi Pihak Cikole Bike Park (2019)

Wordmark yang sebelumnya digunakan Cikole Bike Park yaitu *wordmark* dengan jenis font *decorative* font, dengan gaya font stensil. Setelah penggunaan *wordmark* ini, Cikole Bike Park menggantinya dengan *wordmark* dengan jenis font yang berbeda, seperti yang dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar II.20 *Wordmark* Cikole Bike Park

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2021)

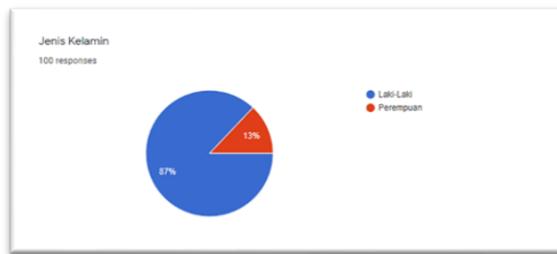
Wordmark yang diubah dari yang sebelumnya font dengan jenis *decorative* dengan gaya stensil, kemudian diubah menjadi *wordmark* dengan jenis huruf *Sans-Serif*. Hal ini menunjukkan bahwa adanya inkonsistensi dari identitas visual Cikole Bike Park. Oleh karena itu, perancangan identitas visual baru yang dirancang secara resmi perlu dilakukan, dengan tujuan untuk menampilkan citra baru dan juga identitas visual yang konsisten.

Selain ditemukannya inkonsistensi logo dari Cikole Bike Park ini, Cikole Bike Park juga masih belum memiliki identitas visual pada berbagai media aplikasi yang menjadi dukungan bagi identitas visual Cikole Bike Park.

II.3.2 Analisis Kuesioner

Angket atau Kuesioner merupakan salah satu metode dalam proses pengumpulan data, yang mana instrumennya disebutkan sesuai dengan nama metodenya. Bentuk dari angket atau kuesioner dapat berbentuk sejumlah pertanyaan yang tujuannya untuk memperoleh informasi dari responden tentang apa yang dialami dan diketahuinya (Siyoto, 2015, h.79).

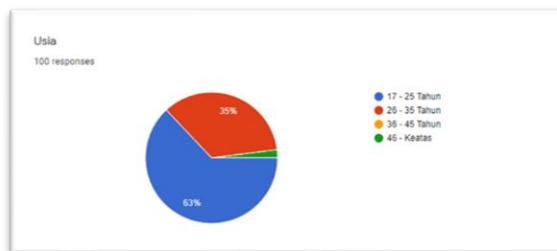
Metode pengambilan data untuk proses perancangan identitas visual Cikole Bike Park ini adalah dengan menggunakan metode kuesioner online menggunakan Google Forms. Berikut adalah hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden yang disebar ke berbagai forum dan juga komunitas yang berkaitan dengan objek perancangan ini.



Gambar II.21 Diagram responden pertanyaan jenis kelamin.

Sumber : Data pribadi.

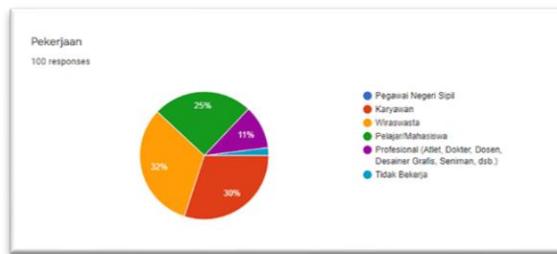
Berdasarkan gambar II.21 , menunjukkan bahwa yang mengisi kuesioner ini adalah responden laki-laki sebanyak 87% dan responden perempuan sebanyak 13%. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki merupakan mayoritas yang memiliki ketertarikan terhadap perancangan identitas visual untuk Cikole Bike Park ini.



Gambar II.22 Diagram responden pertanyaan usia.

Sumber : Data pribadi.

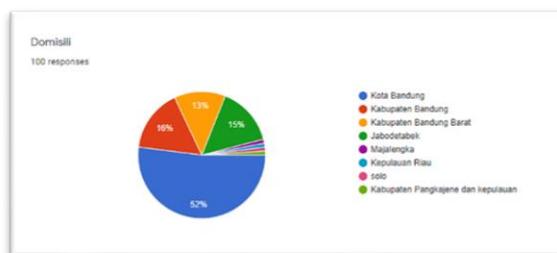
Berdasarkan gambar II.22 , menunjukkan persentase dari rentang usia responden. Responden dengan rentang usia 17-25 Tahun adalah 63%, responden dengan rentang usia 26-35 tahun adalah 35%, dan responden dengan rentang usia 46 tahun keatas adalah 2%. Hal ini menunjukkan bahwa yang menaruh minat lebih pada perancangan ini adalah remaja akhir dengan rentang usia 17-25 tahun.



Gambar II.23 Diagram responden pertanyaan pekerjaan.

Sumber : Data pribadi.

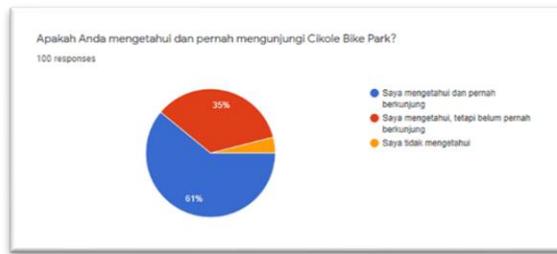
Berdasarkan gambar II.23 ,menunjukkan tentang persentase pekerjaan dari para responden. Responden dengan pekerjaan wiraswasta adalah 32%, responden dengan pekerjaan karyawan adalah 30%, responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa adalah 25%, responden dengan pekerjaan profesional adalah 11 %, dan responden yang tidak bekerja adalah 2%. Hal ini menunjukkan bahwa yang menaruh minat lebih pada perancangan ini memiliki pekerjaan wiraswasta.



Gambar II.24 Diagram responden pertanyaan domisili.

Sumber : Data pribadi.

Berdasarkan gambar II.25 , menunjukkan persentase dari domisili responden. Responden yang berdomisili di Kota Bandung adalah 52%, responden yang berdomisili di Kabupaten Bandung adalah 16%, responden yang berdomisili di Kabupaten Bandung Barat adalah 13%, responden yang berdomisili di Jabodetabek adalah 15%, kemudian responden yang berdomisili di Majalengka, Kepulauan Riau, Solo, dan Kabupaten Pangkajene masing-masing adalah 1%. Hal ini menunjukkan bahwa yang menaruh minat lebih pada perancangan ini adalah yang berdomisili di Kota Bandung.



Gambar II.25 Diagram responden pertanyaan apakah anda mengetahui dan pernah mengunjungi Cikole Bike Park?.

Sumber : Data pribadi

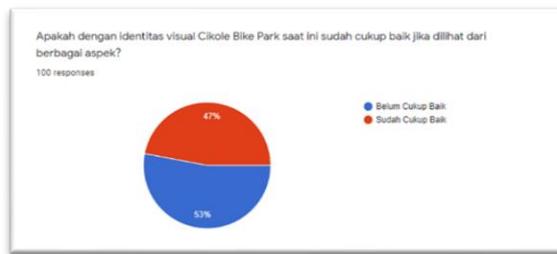
Berdasarkan gambar II.26 , menunjukkan persentase dari responden yang menjawab mengetahui dan pernah berkunjung adalah 61%, responden yang menjawab mengetahui, tetapi belum pernah berkunjung adalah 35%, dan responden yang menjawab tidak mengetahui adalah 4%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas telah mengetahui dan pernah berkunjung ke Cikole Bike Park.



Gambar II.26 Diagram responden pertanyaan apakah Cikole Bike Park perlu melakukan pengembangan sarana dan prasarana?

Sumber : Data pribadi

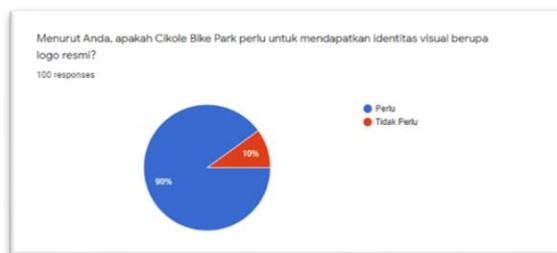
Berdasarkan gambar II.27 , menunjukkan persentase responden yang menjawab perlu adalah 93%, dan responden yang menjawab tidak perlu adalah 7%. Hal ini menunjukkan bahwa Cikole Bike Park perlu melakukan pengembangan dari sarana dan prasarana.



Gambar II.28 Diagram responden pertanyaan apakah dengan identitas visual Cikole Bike Park saat ini sudah cukup baik jika dilihat dari berbagai aspek?

Sumber : Data pribadi

Berdasarkan gambar II.27 , menunjukkan persentase responden yang menjawab belum cukup baik adalah 53%, dan responden yang menjawab sudah cukup baik adalah 47%. Hal ini menunjukkan bahwa Identitas Cikole Bike Park saat ini belum cukup baik dilihat dari berbagai aspek.



Gambar II.28 Diagram responden pertanyaan menurut anda, apakah Cikole Bike Park perlu untuk mendapatkan identitas visual berupa logo resmi?

Sumber : Data pribadi

Berdasarkan gambar II.29 , menunjukkan persentase responden yang menjawab perlu adalah 90%, dan responden yang menjawab tidak perlu adalah 10%. Hal ini menunjukkan bahwa Cikole Bike Park memerlukan perancangan identitas visual logo resmi baru.



Gambar II.29 Saran dan masukan dari responden terkait perancangan identitas visual Cikole Bike Park.

Sumber : Data pribadi

Responden yang mengisi kuesioner ini juga memberikan berbagai saran/masukan untuk perancangan identitas visual Cikole Bike Park ini. Mayoritas responden memberikan saran/masukan yaitu logo yang dirancang untuk Cikole Bike Park harus dapat mewakili Cikole Bike Park itu sendiri, dan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

II.3.3. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

SWOT adalah singkatan dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities* dan *Threats*. Analisis SWOT Terdiri dari empat faktor yang masing-masing memiliki identitas dan tujuan tersendiri. SWOT umumnya diklasifikasikan sebagai Faktor Eksternal dan Internal. Untuk faktor Eksternal terdiri dari Peluang dan Ancaman, sedangkan Faktor Internal adalah Kekuatan dan Kelemahan (Foong, 2007, h.6).

Dalam melakukan proses perancangan identitas visual untuk Cikole Bike Park, analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari Cikole Bike Park ini guna memaksimalkan berbagai potensi yang dimiliki Cikole Bike Park. Berikut adalah tabel analisis SWOT Cikole Bike Park.

Tabel II.1 Tabel analisis SWOT Cikole Bike Park.

Sumber : Data pribadi (2021)

<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)
<ul style="list-style-type: none"> • Cikole Bike Park merupakan salah satu sarana olahraga sepeda tertua di Jawa Barat • Fasilitas yang dimiliki oleh Cikole Bike Park sudah cukup lengkap untuk saat ini • Fitur trek yang ada di Cikole Bike Park cukup lengkap dan sesuai dengan standar. • Telah mengadakan beberapa event skala nasional dan internasional. • Akses menuju ke Cikole Bike Park mudah, dan terdapat fasilitas <i>loading</i> untuk para <i>riders</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cikole Bike Park belum memiliki identitas visual yang resmi. • Citra dari Cikole Bike Park yang belum sepenuhnya tersampaikan. • Adanya Inkonsistensi dari identitas visual Cikole Bike Park. • Potensi yang dimiliki oleh Cikole Bike Park belum maksimal.
<i>Opportunities</i> (Kesempatan)	Threats (Ancaman)
<ul style="list-style-type: none"> • Cikole Bike Park merupakan salah satu sarana olahraga bersepeda tertua di Jawa Barat, yang banyak diminati oleh para <i>riders</i> dari berbagai daerah. • Tarif yang dipatok oleh Cikole Bike Park cukup <i>reasonable</i> dengan berbagai fasilitas dan fitur yang ditawarkan. • Berbagai <i>event</i> yang telah diadakan di Cikole Bike Park dapat meningkatkan minat para <i>riders</i> untuk berkunjung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Upaya pengembangan dari Cikole Bike Park memiliki berbagai hambatan. • Cukup banyak alternatif Bike Park yang telah tersedia di Jawa Barat, seperti Patuha Bike Park, Kanhay Bike Park, dll.

Berdasarkan analisis SWOT Cikole *bike park* diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Cikole Bike Park merupakan salah satu sarana olahraga bersepeda yang telah lama didirikan dan menjadi salah satu yang tertua yang ada di Jawa Barat. Kekuatan yang dimiliki Cikole Bike Park selain menjadi salah satu sarana olahraga bersepeda tertua di Jawa Barat, adalah fasilitas yang cukup lengkap dan juga fitur trek yang lengkap dan sesuai standar. Selain itu, Cikole Bike Park juga telah mengadakan berbagai event skala nasional dan internasional.
2. Cikole Bike Park juga memiliki beberapa kelemahan, diantaranya adalah Cikole Bike Park belum memiliki identitas resmi, sehingga citra yang dimiliki Cikole Bike Park belum terlihat dengan baik.
3. Cikole Bike Park yang merupakan salah satu sarana olahraga sepeda tertua di Jawa Barat dan telah mengadakan berbagai *event* skala nasional dan internasional memiliki potensi untuk menarik lebih banyak minat *riders* dari berbagai daerah. Dengan berbagai fasilitas dan fitur yang ditawarkan, Cikole Bike Park mematok tarif yang cukup *reasonable*.
4. Ancaman yang dimiliki oleh Cikole Bike Park adalah upaya pengembangannya yang masih terdapat berbagai hambatan. Selain itu, dengan munculnya berbagai alternatif sarana olahraga bersepeda yang ada di Jawa Barat, menjadikan timbulnya persaingan antar pengelola sarana olahraga bersepeda.

II.4. Resume

Cikole Bike Park pada saat ini sudah cukup dikenali dan dikunjungi oleh masyarakat, khususnya para *riders* atau pengendara sepeda gunung dari berbagai daerah, terutama daerah Kota Bandung. Cikole Bike Park menjadi *bike park* yang cukup diminati oleh masyarakat terutama para *riders*, karena fasilitas yang lengkap dan fitur pada trek nya yang cukup lengkap dan sesuai dengan standar. Selain itu, Cikole Bike Park juga merupakan salah satu *bike park* tertua yang ada di Jawa Barat yang telah mengadakan berbagai *event* dengan skala nasional hingga internasional. Cikole *bike park* juga mematok harga yang cukup *reasonable* dalam setiap kunjungannya mengingat berbagai fasilitas dan fitur trek yang lengkap yang ditawarkan. Adanya berbagai permasalahan yang menghambat dalam proses

pengembangan Cikole Bike Park ini yang harus segera dibenahi, terutama permasalahan dalam identitas visual yang belum dimiliki oleh Cikole Bike Park sehingga citra dari Cikole Bike Park belum tersampaikan dengan baik.

II.5. Solusi Perancangan

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa Cikole Bike Park memiliki permasalahan dalam identitas visual dikarenakan belum adanya identitas visual resmi yang dimiliki oleh Cikole Bike Park, serta citra dari Cikole Bike Park yang belum tersampaikan dengan baik. Solusi yang dibutuhkan untuk mengatasi permasalahan identitas visual Cikole Bike Park ini adalah dilakukan perancangan identitas visual baru, tagline, pedoman identitas visual, dan pengaplikasiannya ke berbagai media agar citra dari Cikole Bike Park dapat tersampaikan dengan baik. Dengan perancangan identitas visual baru, Cikole Bike Park akan mendapatkan sebuah citra baru dan identitas kuat yang dimiliki.