

## BAB I PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Olahraga merupakan kegiatan yang dapat membantu seseorang memelihara kesehatan fisik dan mental serta meningkatkan kualitas hidup setelah melakukannya (Aditia 2015). Berbagai jenis olahraga menawarkan manfaat kesehatan dan kebugaran yang beragam. Salah satu bentuk olahraga yang terkenal akan manfaatnya adalah olahraga beladiri. Olahraga beladiri dianggap penting bagi masyarakat untuk keperluan keamanan diri dan kesejahteraan fisik (Hadjarati 2008). Kegiatan olahraga umumnya dilakukan di tempat-tempat tertentu yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas, seperti pusat kebugaran atau gym, yang membantu individu dalam mencapai tujuan kebugaran dan menjaga kesehatan. Di kota Bandung, terdapat beragam tempat olahraga dan gym, salah satunya adalah FourFit Fight Gym. FourFit Fight Gym merupakan sebuah pusat kebugaran yang secara khusus berfokus pada pelatihan dan pengembangan dalam bidang beladiri, seperti Muay Thai, *Kick Boxing*, Brazilian Jiu-Jitsu (BJJ), dan *Mixed Martial Arts* (MMA). Didirikan pada tahun 2018 oleh Gumilang Gatot, FourFit Fight Gym memiliki visi untuk melahirkan atlet berprestasi di tingkat nasional hingga internasional dan misi mengajak masyarakat untuk menjalani gaya hidup sehat. Lokasi FourFit Fight Gym terletak di Jl. Cipedes Tengah no.196, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat.



Gambar I. 1 Interior Fourfit  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Meskipun Fourfit Fight Gym menawarkan program latihan yang berkualitas dan fasilitas yang memadai, namun logo FourFit masih kurang mencerminkan sebuah tempat beladiri yang sesuai dengan visi yaitu mencetak atlet berprestasi dan misi membantu individu yang ingin hidup sehat melalui *combat sport*, sehingga terlihat seperti tempat gym biasa. Logo harus mencerminkan visi dan misi Perusahaan, serta sesuai dengan segmentasi yang ditargetkan kepada Masyarakat (Wheeler 2009). Salah satu faktor yang mungkin menyebabkan masalah ini adalah kurangnya identitas visual yang kuat dan konsisten.



Gambar I. 2 Banner *Outdoor*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Kesuksesan *brand* terlihat dari pengenalan luas dan kepercayaan masyarakat, yang dicapai melalui konsistensi visual di semua lini pemasaran (Madani 2022). Fourfit tidak konsisten pada penggunaan visual logo dan mempunyai logo yang berbeda-beda di berbagai media pemasaran sehingga membuat bingung para calon pengguna/pengguna. Tanpa identitas visual yang jelas, gym tersebut mungkin kesulitan dalam menciptakan kesan/mengkomunikasikan nilai-nilai yang dimilikinya, sehingga masyarakat kurang mengetahui bahwa FourFit Fight Gym adalah sebuah tempat pelatihan beladiri.

Kondisi ideal dari sebuah identitas visual adalah dapat mencerminkan visi misi dan filosofi Fourfit Fight Gym secara konsisten. filosofi logo mampu untuk menjaga agar perusahaan bisa terus menjaga nilai-nilai, serta visi dan misi yang dimiliki oleh perusahaan (Yulianto 2023). Identitas visual yang kuat akan membantu suatu perusahaan untuk membedakan dirinya dari pesaing (Maheni DK 2023). Menarik

perhatian target pasar yang tepat, serta membangun hubungan yang lebih kuat dengan anggota yang sudah ada.

Identitas visual merupakan segala gambaran dan elemen grafis yang mencerminkan identitas suatu merek dan apa yang membuatnya unik dibandingkan dengan yang lain (Levanier 2023). Oleh karena itu, penting bagi Fourfit Fight Gym untuk mengidentifikasi dan mengembangkan identitas visual yang sesuai dengan visi, misi, dan filosofi, serta mengimplementasikannya secara konsisten dalam berbagai aspek komunikasi dan pemasaran.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Perancangan ini mengidentifikasi permasalahan krusial yang dihadapi oleh FourFit. Identifikasi masalah ini menjadi langkah awal dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh Perusahaan.

- Fourfit tidak konsisten pada penggunaan logo dan mempunyai logo yang berbeda-beda di berbagai media pemasaran dan *branding* sehingga membuat bingung para calon pengguna/pengguna.
- *Kredibility* (Kredibilitas) Logo tidak cukup meyakinkan logo Fourfit kurang mencerminkan sebuah tempat beladiri yang sesuai dengan visi misi dan filosofi, sehingga terlihat seperti tempat gym biasa.
- *Readability* (Keterbacaan) masih kurang, Elemen-elemen dalam logo masih kurang jelas untuk dibaca. bentuk huruf yang digunakan tidak cukup kontras, sehingga menyulitkan orang untuk mengenali dan membaca logo dengan cepat dan mudah.
- *Legibility* (Kejelasan) Logo kurang jelas dan tidak mudah dikenali. Bentuk, garis, dan elemen visual lainnya terlalu kompleks atau tidak cukup berbeda satu sama lain, mengurangi kemampuan logo untuk menyampaikan pesan yang diinginkan secara efektif.

### **I.3 Rumusan Masalah**

Dalam konteks FourFit, fenomena *branding* yang dimiliki beserta elemen visual yang mewakilinya menjadi aspek penting yang perlu diungkap. Beberapa pertanyaan yang menjadi fokus rumusan masalah adalah:

- Bagaimana membuat identitas FourFit Fight Gym agar lebih mencitrakan visi misi dan filosofinya sebagai tempat gym yang bernuansa beladiri sesuai dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual?

### **I.4 Batasan Masalah**

Dalam rangka menjaga fokus dan ruang lingkup perancangan agar dapat dilaksanakan dengan efektif, berikut adalah batasan-batasan masalah dalam perancangan ini:

- Subjek: Penggemar olahraga bela diri dan orang-orang yang mencari manfaat kesehatan, kebugaran fisik, serta pelatihan bela diri.
- Objek: Logo, warna, tipografi, dan elemen visual FourFit Fight Gym untuk menciptakan identitas visual yang konsisten dan sesuai dengan filosofi.
- Tempat: Berlokasi di area urban Bandung, karena FourFit Fight Gym hanya memiliki satu lokasi tanpa cabang di kota Bandung.

### **I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan**

Perancangan ini dilakukan untuk menggambarkan proses pembuatan identitas merek dan identitas visual yang baik, mampu mencerminkan visi dan misi dari FourFit Fight Gym. Hal ini sesuai dengan penerapan kaidah keilmuan Desain Komunikasi Visual. Selain itu, tujuan dari perancangan ini adalah untuk memperkuat tidak hanya segi visual, tetapi juga nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, agar FourFit Fight Gym dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

#### **I.5.1 Tujuan Perancangan**

Melakukan *redesign* atau perancangan ulang desain visual FourFit Fight Gym dengan fokus pada peningkatan konsistensi dan daya tarik visual yang mencerminkan visi misi dan filosofi merek.

## **I.5.2 Manfaat Perancangan**

### **1. Manfaat Praktis:**

- Memperkuat kesan beladiri dan kesehatan dalam logo sehingga lebih sesuai dengan profil perusahaan.
- Membantu membedakan FourFit Fight Gym dari pesaingnya dan membangun citra merek yang kuat.

### **2. Manfaat Teoritis:**

- Mengaplikasikan prinsip-prinsip desain grafis untuk menciptakan logo yang efektif dan menarik.
- Memahami proses perancangan logo dari identifikasi masalah hingga implementasi.
- Menjadi referensi bagi pihak lain dalam merancang identitas visual sebuah fight gym.