

## **BAB II FOURFIT FIGHT GYM & OPINI MASYARAKAT**

### **II.1 Landasan Teori**

#### **II.1.1 Olahraga Seni Beladiri**

Olahraga bela diri adalah perpaduan aktivitas fisik dengan unsur seni, teknik membela diri, olahraga serta olah batin (Syahrial 2020). sebuah disiplin fisik dan mental yang melibatkan penggunaan teknik-teknik beladiri untuk tujuan pertahanan diri, kompetisi, atau pengembangan diri secara keseluruhan. Berbeda dengan olahraga konvensional, seni beladiri tidak hanya menekankan pada aspek fisik, tetapi juga menggali kemampuan mental, seperti konsentrasi, ketenangan pikiran, dan disiplin.

##### **II.1.1.1 Jenis Olahraga Beladiri**

Olahraga bela diri terdiri dari berbagai disiplin yang masing-masing memiliki sejarah, teknik, dan filosofi unik. Berikut adalah penjelasan lebih rinci tentang beberapa jenis olahraga bela diri populer:

- Muay Thai (Thai Boxing):

Asal: Thailand

Teknik: Menggunakan delapan titik kontak tubuh: tinju, siku, lutut, dan kaki. Menurut Mastono (2022) Muaythai adalah kombinasi olahraga aerobik dan anaerobik, seni bela diri ini lebih menekankan pada kekuatan dan ketahanan tubuh melalui latihan aerobik seperti berlari, melompat, dan *shadowboxing*, serta latihan anaerobik seperti tinju, tendangan, siku, dan latihan kekuatan lutut.

- Brazilian Jiu-Jitsu (BJJ):

Asal: Brasil, dikembangkan dari judo Jepang.

Teknik: Fokus pada *grappling* dan *ground fighting*. Teknik utamanya termasuk *takedown*, kunci sendi (*joint locks*), dan cekikan (*chokes*). BJJ memungkinkan praktisi yang lebih kecil untuk mengalahkan lawan yang lebih besar dengan teknik (bytom 2023).

- **Mixed Martial Arts (MMA):**  
 Asal: Global, dengan akar dari berbagai disiplin bela diri.  
 Teknik: Kombinasi dari berbagai teknik *striking* (pukulan, tendangan) dan *grappling* (*takedowns*, kuncian, cekikan). MMA menggabungkan disiplin seperti Muay Thai, BJJ, gulat, dan tinju.
- **Karate:**  
 Asal: Jepang  
 Teknik: Menurut Oyama (1966:01) Karate adalah seni bela diri yang menggunakan tangan kosong atau tanpa senjata. Teknik pukulan (*tsuki*), tendangan (*geri*), dan blok (*uke*). Berbagai gaya seperti Shotokan, Goju-Ryu, dan Kyokushin memiliki karakteristik unik dalam teknik dan latihan.
- **Taekwondo:**  
 Asal: Korea  
 Teknik: Seni beladiri yang menggunakan kaki dan tangan sebagai senjata beladiri untuk menaklukkan lawannya (Suhaeri 2019). Dikenal dengan teknik tendangan tingginya yang dinamis dan cepat, serta teknik pukulan dan blok. Kompetisi *sparring* taekwondo memiliki aturan yang ketat dan penilaian poin.
- **Judo:**  
 Asal: Jepang, dikembangkan oleh Jigoro Kano.  
 Teknik: Perkelahian tangan kosong melibatkan teknik-teknik seperti membanting, memiting, mencekik, mematahkan persendian, memutar, serta pukulan dan tendangan (Suwarli 2016).
- **Kung Fu:**  
 Asal: Tiongkok  
 Teknik: Termasuk berbagai gaya seperti Shaolin, Wing Chun, Tai Chi, dan banyak lainnya. Teknik mencakup pukulan, tendangan, *grappling*, dan senjata.

- Silat:

Asal: Indonesia dan Malaysia

Teknik: Silat adalah olahraga yang mengandalkan ketangkasan dalam menyerang dan membela diri, baik dengan maupun tanpa senjata (Hasan Alwi dkk, 2008:1306). Berbagai aliran silat memiliki karakteristik unik berdasarkan daerah asalnya.

### **II.1.1.2 Manfaat Olahraga Seni Beladiri**

Olahraga seni beladiri tidak hanya memberikan manfaat fisik, tetapi juga mengembangkan berbagai aspek mental dan emosional. Beberapa manfaat utama dari berlatih seni beladiri menurut Abhinaya (2024):

- Meningkatkan Kesehatan Fisik: Latihan seni beladiri meningkatkan kekuatan, ketahanan, fleksibilitas, dan koordinasi tubuh.
- Peningkatan Keterampilan Beladiri: Seni beladiri memberikan keterampilan yang efektif untuk melindungi diri dalam situasi yang memerlukan pertahanan diri.
- Pengembangan Disiplin: Latihan yang teratur dalam seni beladiri mengajarkan disiplin, ketekunan, dan tanggung jawab.
- Konsentrasi dan Fokus: Praktik seni beladiri melatih konsentrasi dan fokus mental yang dibutuhkan untuk memperbaiki teknik dan merespons dengan cepat.
- Peningkatan Kesejahteraan Mental: Seni beladiri juga membantu mengurangi stres, meningkatkan rasa percaya diri, dan mempromosikan kesejahteraan mental secara keseluruhan.

Dengan manfaat yang luas bagi kesehatan fisik, mental, dan emosional, olahraga seni beladiri menjadi pilihan yang populer bagi banyak individu yang mencari gaya hidup yang seimbang dan berdaya tahan.

### II.1.1.3 Tempat Olahraga Beladiri

Tempat-tempat untuk berlatih beladiri bervariasi berdasarkan disiplin dan budaya asalnya. Berikut adalah penjelasan tentang berbagai jenis tempat latihan bela diri:

- Dojo: Tempat latihan untuk seni bela diri tradisional Jepang seperti Karate, Judo, dan Aikido. Dojo biasanya memiliki tatami (matras) dan suasana yang formal serta penuh disiplin. Dojo sering dianggap sebagai tempat yang memiliki nilai spiritual. Meskipun pada dasarnya dojo hanya merupakan tempat untuk berlatih aikido, dojo tidak diperlakukan seperti fasilitas olahraga biasa, di mana orang bisa keluar masuk dan bersikap sesuka hati (Wahyuningtyas 2016).
- Fight Gym: Menurut Muhtar (2020) Gym adalah sebuah pusat kebugaran dalam ruangan yang menawarkan berbagai program latihan dengan fasilitas dan peralatan yang canggih. Tempat modern untuk berlatih berbagai disiplin bela diri seperti Muay Thai, BJJ, MMA, dan tinju. Fight gym dilengkapi dengan ring tinju, matras BJJ, peralatan latihan kekuatan, dan pelatih profesional. Fungsinya adalah menyediakan fasilitas lengkap untuk latihan fisik, sparring, dan kompetisi. Fight gym juga sering menawarkan program kebugaran umum dan pelatihan pribadi.
- Akademi: Tempat yang menawarkan pelatihan khusus dalam seni bela diri seperti BJJ dan MMA, dengan program pelatihan yang terstruktur dan pelatih berpengalaman. Akademik adalah suatu bidang yang fokus pada studi mengenai kurikulum atau pembelajaran, bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan di bidang Pendidikan yang dapat diatur dan dijalankan oleh sekolah atau lembaga pendidik (Purwanto 2017). Fungsinya adalah menyediakan pendidikan mendalam dan pengembangan keterampilan dalam disiplin tertentu. Akademi sering kali memiliki program penilaian dan sertifikasi untuk kemajuan murid.

- Padepokan: Tempat latihan tradisional untuk seni bela diri Indonesia seperti Silat. Padepokan sering terletak di lingkungan yang tenang dan alami, dengan fokus pada pengembangan spiritual dan fisik. Menurut Neokent, Padepokan lebih dikenal sebagai tempat untuk belajar, berlatih intensif, dan menjadi tempat tinggal bagi para pendekar dalam dunia persilatan.
- Klub Universitas: Banyak universitas memiliki klub bela diri yang dikelola oleh mahasiswa, menawarkan kesempatan untuk berlatih bela diri dalam lingkungan akademis, sering kali dengan biaya yang lebih rendah dan kesempatan untuk berpartisipasi dalam kompetisi antar universitas. Fungsinya adalah memberikan pelatihan bela diri kepada mahasiswa, mempromosikan kebugaran dan kesehatan, serta mendukung pengembangan keterampilan sosial dan disiplin diri. Klub-klub ini sering kali juga berfungsi sebagai komunitas untuk para mahasiswa yang memiliki minat yang sama dalam bela diri.

## II.2 Objek Penelitian

### II.2.1 Fourfit Fight Gym

Adapun profil Logo Fourfit Fight Gym serta gambar fasad kamp pelatihan yang berlokasi di Bandung.



Gambar II. 1 Logo Fourfit  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

FourFit didirikan pertama kali pada tahun 2018 oleh Gumilang Gatot sebagai pendiri yang memiliki latar belakang dalam beladiri Muay Thai dan Tarung Derajat dengan alasan menyukai olahraga dan juga *combat sport*. Tujuan utama berdirinya FourFit adalah untuk menjadi wadah bagi para anggota dalam berolahraga, mencapai prestasi sebagai atlet, dan menjalani gaya hidup sehat.



Gambar II. 2 Interior Fourfit  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

FourFit menawarkan 5 jenis beladiri yang dapat dipilih oleh para anggotanya, termasuk *Boxing*, *Kickboxing*, Muay Thai, Brazilian Jiu-Jitsu, dan *Mix Martial Arts*. Sejak berdiri, FourFit telah berhasil mencetak banyak atlet yang meraih prestasi baik di tingkat nasional maupun internasional.

#### II.2.1.1 Visi Misi

- Visi  
menjadi pelopor dalam mencetak atlet berprestasi, mulai dari tingkat nasional hingga internasional. Berkomitmen untuk mengembangkan dan melatih individu yang memiliki potensi dalam dunia olahraga bela diri, mempersiapkan mereka untuk meraih prestasi tertinggi dalam kompetisi global.
- Misi  
mendukung masyarakat dalam mencapai gaya hidup sehat melalui *combat sport* dan disiplin bela diri. Menawarkan program latihan terstruktur dan inovatif yang meningkatkan kesehatan fisik dan mengajarkan nilai disiplin, ketahanan, dan pengembangan diri. FourFit berupaya menjembatani kebugaran fisik dan mental, serta mendorong adopsi gaya hidup seimbang dan berkelanjutan.

### II.2.1.2 Program Layanan Fourfit

- **Boxing**

Tinju adalah olahraga dan seni bela diri di mana dua peserta dengan bobot yang sama, tergantung pada kelasnya, bersaing dengan tinju dan pukulan dalam serangkaian pertarungan, yang disebut ronde, dengan jarak waktu 1 x 3 menit (Abdurrojak 2016). Fokus utama dalam tinju adalah pada teknik pukulan tangan seperti *jab*, *hook*, dan *uppercut*. Pertandingan tinju hanya memperbolehkan penggunaan tangan, dan pesertanya dilengkapi dengan sarung tinju, pelindung mulut, dan pelindung kepala untuk perlindungan.



Gambar II. 3 *Boxing*

Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

- **KickBoxing**

Di sisi lain, mencakup kombinasi pukulan tangan dan tendangan kaki. Dalam *kickboxing*, peserta menggunakan berbagai teknik seperti pukulan tangan, tendangan rendah, dan tendangan tinggi. Perlindungan yang digunakan melibatkan sarung tinju, pelindung kaki, pelindung mulut, dan pelindung kepala.



Gambar II. 4 Kickboxing  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

- **Muaythai**

Seni bela diri tradisional Thailand yang menekankan penggunaan pukulan, tendangan, siku, dan lutut. Dalam pertandingan Muay Thai, peserta dapat menggunakan semua bagian tubuh untuk menyerang lawan. Perlindungan yang dikenakan mencakup sarung tinju, pelindung kaki, pelindung siku, dan pelindung kepala Muay Thai merupakan olahraga yang menggabungkan berbagai teknik menyerang, mulai dari tendangan, pukulan, serangan siku, lutut, hingga mencengkeram lawan. Selain itu, Muay Thai menggunakan banyak teknik untuk mengunci kepala lawan (*clinch*). Sekilas, Muay Thai mungkin terlihat hampir mirip dengan *kickboxing*. Perbedaannya adalah *kickboxing* memungkinkan menggunakan tangan dan kaki saja, sedangkan Muay Thai memungkinkan menyerang menggunakan siku dan lutut selain tangan dan kaki (Agustin 2022).



Gambar II. 5 Muaythai  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

- ***BJJ***

Brazilian Jujitsu adalah seni bela diri berbasis *grappling* yang tema utamanya adalah keterampilan mengendalikan lawan yang melawan dengan cara yang memaksanya untuk menyerah (Gracie 2023). Dalam *BJJ*, peserta menggunakan pegangan dan kunci sendi, terutama di tanah. Perlindungan melibatkan pakaian khusus dan pelindung mulut.



Gambar II. 6 Brazilian Jui Jitsu  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

- ***MMA***

MMA (*Mixed Martial Arts*) adalah bentuk seni beladiri yang menggabungkan beragam teknik dan serangan dari berbagai disiplin beladiri lainnya (Sudrajat 2020). Peserta MMA dapat menggunakan berbagai teknik seperti pukulan, tendangan, pegangan, dan gulat. Perlindungan yang diperlukan tergantung pada aturan promotor, tetapi biasanya mencakup sarung tinju, pelindung kaki, pelindung mulut, dan pelindung kepala.



Gambar II. 7 Mix Martial Art  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

### II.2.1.3 Jadwal Latihan

FourFit Fight Gym memiliki jadwal operasional selama 6 hari dalam seminggu, dengan libur pada hari Minggu.



Day	Class	Time
Senin	Muaythai/Kick Boxing	10.00 am
	Muaythai/Kick Boxing	13.00 pm
	Muaythai/Kick Boxing	16.00 pm
	BJJ	18.00 pm
	MMA	19.00 pm
Selasa	Muaythai/Kick Boxing	10.00 am
	Muaythai/Kick Boxing	13.00 pm
	Muaythai/Kick Boxing	16.00 pm
	Muaythai/Kick Boxing	19.00 pm
Rabu	Muaythai/Kick Boxing	10.00 am
	Muaythai/Kick Boxing	13.00 pm
	Muaythai/Kick Boxing	16.00 pm
	BJJ	18.00 pm
	MMA	19.00 pm
Kamis	Muaythai/Kick Boxing	10.00 am
	Muaythai/Kick Boxing	13.00 pm
	Muaythai/Kick Boxing	16.00 pm
	Muaythai/Kick Boxing	19.00 pm
Jum'at	Muaythai/Kick Boxing	10.00 am
	Muaythai/Kick Boxing	13.00 pm
	Muaythai/Kick Boxing	16.00 pm
	MMA (Sparring Class)	19.00 pm
Sabtu	Muaythai/Kick Boxing	10.00 am

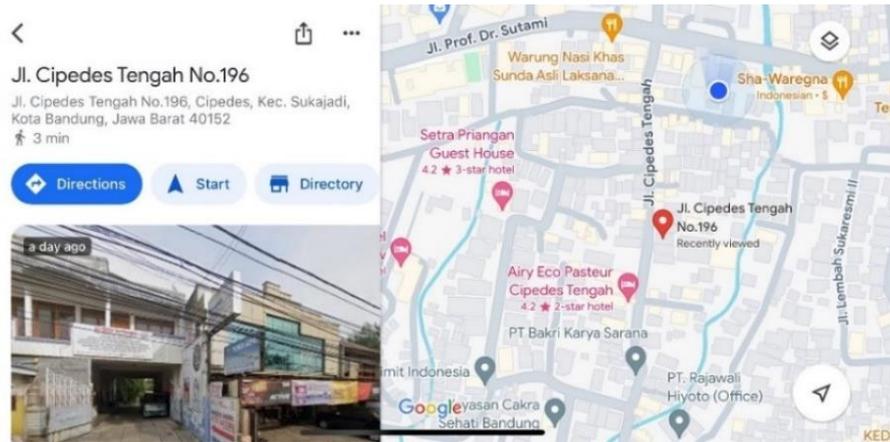
Gambar II. 8 Jadwal Latihan

Sumber: Story Instagram fourfit.bandung  
(Diakses pada 28/12/2023)

Jadwal latihan Muay Thai tersedia setiap hari kecuali Minggu, sementara kelas Brazilian Jiu-Jitsu hanya tersedia pada hari Senin dan Rabu. Untuk kelas *Mixed Martial Arts* (MMA), tersedia pada hari Senin, Rabu, dan Jumat.

### II.2.1.4 Tempat Latihan

Fourfit Fight Gym memiliki jadwal dari mulai hari senin hingga sabtu dimulai dari jam 09:00-20:00 dengan program latihan yang berbeda di tiap jamnya. Lokasi tempat kamp pelatihan Fourfit Fight Gym beralamat di Jl. Cipedes Tengah No.196, Cipedes, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40152.



Gambar II. 9 Map kamp pelatihan  
 Sumber: <https://maps.app.goo.gl/jcp4B1874yzcSwzD6>  
 (Diakses pada 28/12/2023)

## II.2.2 Identitas Visual FourFit Fight Gym

Identitas visual adalah aspek penting dari *branding* yang mencakup semua elemen visual yang digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan pesan merek dan menciptakan citra yang konsisten dan mudah dikenali oleh audiens. Dalam konteks FourFit Fight Gym, identitas visual merupakan representasi dari visi misi dan filosofi yang ingin disampaikan kepada para anggotanya serta khalayak umum. Identitas visual ini mencakup logo, warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya yang secara keseluruhan membentuk citra merek di mata publik.

### II.2.2.1 Branding

*Branding* merupakan suatu konsep yang melibatkan strategi untuk membangun, mengelola, dan memperkuat citra suatu merek di mata konsumen (Kotler 2012). Lebih dari sekadar nama atau logo, *branding* mencakup penyatuan elemen-elemen seperti simbol, warna, dan tipografi untuk menciptakan identitas yang khas.

### II.2.2.2 Identitas Visual

Identitas visual adalah representasi visual dari identitas merek suatu perusahaan (Aaker 2010). Melibatkan elemen-elemen seperti logo, warna, tipografi, dan elemen visual lainnya, identitas visual membantu menciptakan kesan yang konsisten dan mudah dikenali.

### **II.2.2.3 Elemen Identitas Visual**

a. Logo:

Menurut David E. Carter (dalam Kurniawan, 2008), Logo adalah identitas visual sebuah perusahaan yang diterapkan pada berbagai fasilitas dan kegiatan perusahaan untuk tujuan komunikasi visual. Logo juga bisa disebut simbol, tanda gambar, atau merek dagang (*trademark*), yang berfungsi sebagai lambang identitas dan ciri khas dari sebuah badan usaha.

b. Warna:

Pemilihan warna yang tepat dapat memengaruhi emosi dan persepsi konsumen. Identifikasi palet warna yang khas dapat memberikan konsistensi visual di berbagai media.

c. Tipografi:

Jenis huruf dalam materi pemasaran memiliki peran penting. Tipografi yang konsisten dapat memberikan identitas visual yang kuat.

### **II.2.2.4 Peran Identitas Visual dalam Pemasaran Modern**

Dalam era digital, identitas visual memiliki peran yang semakin penting. Konsumen berinteraksi dengan merek melalui berbagai *platform*, dan identitas visual yang jelas membantu membangun konsistensi citra merek, membedakan merek dari pesaing, dan menciptakan daya tarik yang menarik.

## **II.3 Analisis Permasalahan**

### **II.3.1 Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) dari suatu organisasi. Analisis SWOT FourFit Fight Gym membantu untuk memahami posisi di pasar.

Tabel II.1 SWOT FourFit Fight Gym  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

<p style="text-align: center;"><b>SWOT FOURFIT</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Strength</b></p> <p>Warna yang sesuai</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. mencerminkan energi dan vitalitas.</li> <li>2. Logo telah dikenal oleh komunitas lokal dan memiliki asosiasi.</li> <li>3. Kontras yang baik.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Weakneses</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketidakkonsistenan penggunaan.</li> <li>2. Komunikasi filosofi kurang.</li> <li>3. Desain kurang menonjol sebagai tempat beladiri.</li> <li>4. Keterbacaan yang masih kurang jelas.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redesain logo.</li> <li>2. Peningkatan brand untuk memperkuat identitas visual.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manfaatkan Warna dan Kontras dalam Redesain</li> <li>2. Memperkuat hubungan dengan komunitas lokal yang sudah mengenal logo dengan memperbarui desain dan meningkatkan visibilitas melalui acara lokal.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi W-O</b></p> <p>redesain untuk mengatasi masalah ketidakkonsistenan, kurangnya komunikasi filosofi, dan keterbacaan yang kurang jelas.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan Brand untuk</li> <li>2. Komunikasi Filosofi dan visi misi</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Threats</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan dengan gym lain yang mungkin memiliki logo yang lebih menarik dan efektif, meningkatkan persaingan.</li> <li>2. Ketidakpercayaan dan keraguan terhadap identitas FourFit.</li> <li>3. Keterbacaan tulisan dan layout yang kurang.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi S-T</b></p> <p>Gunakan kekuatan warna dan kontras yang sudah baik untuk</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. membuat logo lebih menarik dan efektif dalam menghadapi persaingan.</li> <li>2. Manfaatkan pengenalan logo di komunitas lokal untuk membangun kepercayaan dan mengurangi keraguan terhadap identitas FourFit.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsistensi dalam Penggunaan Logo</li> <li>2. Tingkatkan keterbacaan dan komunikasikan filosofi secara jelas melalui desain ulang, untuk mengurangi ketidakpercayaan dan keraguan terhadap identitas FourFit.</li> </ol>

Matriks SWOT Logo FourFit Fight Gym menganalisis kekuatan seperti warna yang mencerminkan energi, logo yang dikenal komunitas lokal, dan kontrak yang baik. Kelemahan seperti ketidakkonsistenan penggunaan, kurangnya komunikasi filosofi, dan desain yang tidak menonjol. Peluang seperti redesain logo dan peningkatan brand. Serta, ancaman seperti persaingan dari logo lebih menarik dan ketidakpercayaan terhadap identitas FourFit. Strategi yang disarankan meliputi pemanfaatan warna dan kontras dalam redesain, memperkuat hubungan dengan komunitas lokal, meningkatkan konsistensi penggunaan logo, dan memperbaiki keterbacaan serta komunikasi filosofi untuk mengurangi ketidakpercayaan.

### II.3.2 Analisis Logo FourFit

Analisis logo FourFit adalah langkah penting dalam memahami sejauh mana logo tersebut efektif dalam mencerminkan identitas dan nilai-nilai FourFit Fight Gym. Logo merupakan elemen visual yang krusial dalam branding, karena berfungsi

sebagai wajah dari sebuah perusahaan atau organisasi. Melalui analisis ini, dapat di evaluasi elemen-elemen desain logo FourFit, seperti keterbacaan, kejelasan, kredibilitas, dan kesatuan, serta bagaimana elemen-elemen ini berkontribusi terhadap persepsi publik tentang FourFit. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan logo saat ini, serta mencari peluang untuk perbaikan agar logo lebih mendukung dalam mengkomunikasikan visi dan misi FourFit Fight Gym kepada audiensnya. Dengan demikian, logo yang dihasilkan diharapkan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga kuat dalam menyampaikan pesan dan nilai-nilai yang diusung oleh FourFit.

### II.3.2.1 Filosofi Alifuru

Alifuru merupakan filosofi yang berasal dari cerita mitos dan tradisi salah satu suku di daerah Maluku. Filosofi ini menggambarkan keberanian, ketangguhan, dan perjalanan menuju kedewasaan. Dalam konteks FourFit Fight Gym, filosofi Alifuru memberikan inspirasi yang kuat untuk membentuk identitas dan karakteristik gym, serta mengarahkan desain logo yang mencerminkan nilai-nilai tersebut.



Gambar II. 10 Suku Alifuru  
Sumber: <https://pin.it/4eckMnJyK> (diakses pada 19/07/2024)

” Suku Alifuru di Maluku memiliki sebuah tradisi yang unik dan sarat akan makna. Tradisi ini melibatkan upacara yang dilakukan untuk anak-anak yang akan beranjak dewasa atau baligh. Dalam tradisi ini, anak-anak tersebut harus melalui sebuah ritual penting yang menandakan peralihan mereka menuju kedewasaan.

Pada upacara tersebut, anak yang akan dianggap dewasa dilepaskan seorang diri ke dalam hutan. Ini bukanlah tugas yang mudah, karena di dalam hutan terdapat tantangan besar yang harus dihadapi. Menurut cerita yang dipercaya oleh suku Alifuru, tantangan tersebut adalah melawan seekor ular raksasa yang sangat menakutkan.

Anak yang pertama kali dilepaskan oleh keluarganya ke dalam hutan harus mampu menghadapi dan mengalahkan ular tersebut. Setelah melalui pertarungan yang berat dan berbahaya, anak tersebut akan kembali dengan tubuh yang berlumuran cairan berwarna kuning keemasan. Cairan ini diyakini sebagai tanda keberhasilan dan bukti bahwa anak tersebut telah mengalahkan tantangan besar di hutan.

Kembali dengan tubuh yang berlumuran cairan keemasan menandakan bahwa anak tersebut telah berhasil melewati ujian dan kini dianggap dewasa oleh keluarganya dan komunitas suku. Tradisi ini menggambarkan perjalanan yang penuh dengan tantangan, keberanian, dan ketangguhan, serta merupakan simbol penting dari kedewasaan dan kekuatan. (G. Gatot, komunikasi pribadi, 1 Desember 2023).”

FourFit memilih warna utama, yaitu kuning dan hitam, sebagai representasi dari sejarah Indonesia yang kaya, khususnya tradisi Alifuru.



Gambar II. 11 Logo Four gelap  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Warna hitam yang diambil dari tradisi ini melambangkan keberanian dan kekuatan, mengingat banyak yang menggambarkan suku Alifuru/Alifuros memiliki kulit berwarna hitam.



Gambar II. 12 Logo Four Kuning  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Sementara itu, warna kuning yang dihadirkan dalam identitas FourFit menggambarkan prestasi dan keberanian anak yang kembali. Menurut cerita tradisional, anak yang berhasil mengatasi ujian tersebut akan kembali dengan tubuh yang berwarna kuning, menandakan keberhasilannya dan statusnya yang telah dewasa. Dengan menggunakan warna ini, FourFit berusaha untuk merangkum nilai-nilai keberanian, kemandirian, dan prestasi dalam merepresentasikan komitmennya terhadap kekuatan dan kesehatan, sejalan dengan warisan budaya Indonesia yang kaya.

### II.3.2.2 Arti Nama

Konsep FourFit merujuk pada makna angka empat, yang melambangkan stabilitas dan kekokohan. Pemilihan kata '*Four*' menggambarkan empat kursi sebagai simbol posisi yang kokoh, merepresentasikan fondasi yang kuat untuk mendukung kesuksesan forum FourFit.



Gambar II. 13 Logo Four  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Ide ini mencerminkan tekad untuk memastikan bahwa usaha ini memiliki ketahanan jangka panjang dan tetap bugar. Penggabungan kata '*FourFit*' mengindikasikan kombinasi kekokohan dan kesehatan, mencerminkan komitmen untuk memberikan kontribusi positif pada kesejahteraan umum. Percaya bahwa kekokohan yang dibangun dengan landasan kesehatan akan menjadikan Forum FourFit sebagai entitas yang bertahan lama dan sehat secara keseluruhan.

### II.3.3 Permasalahan Logo FourFit Fight Gym

FourFit Fight Gym telah berhasil dalam penempatan logo pada setiap sisi kosong di ruangan dan luar ruangan, termasuk penggunaan banner dan *neon box acrylic* yang dipasang di depan gedung serta banner di sisi kosong tembok ruangan. Meskipun demikian, terdapat kekurangan pada konsistensi bentuk dan susunan logo. Logo memiliki fungsi sebagai simbol yang harus memerlukan konsistensi agar proses pengenalan dan penyampaian makna dapat berjalan dengan efektif (Aulia 2021). Variasi yang terlihat dalam bentuk dan susunan logo FourFit menyebabkan ketidaksesuaian yang dapat membingungkan pengguna, membuat sulit membedakan logo FourFit Fight Gym yang sesungguhnya. Untuk meningkatkan kesan profesional dan memberikan identitas merek yang konsisten, disarankan untuk mengadopsi pendekatan yang lebih seragam dalam desain logo, memastikan bahwa setiap versi logo mempertahankan elemen yang sama. Dengan demikian, FourFit Fight Gym dapat memperkuat citra mereknya secara konsisten di berbagai media dan lokasi.



Gambar II. 14 Observasi Lapangan 1  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Berikut adalah banner yang dipasang di depan (*outdoor*) tempat latihan FourFit, memperkirakan ukuran banner sekitar 2x1 meter. Dalam banner tersebut, terlihat bahwa FourFit mencantumkan berbagai logo yang berbeda. *Banner* tersebut berlokasi di lantai 2 dan menginformasikan kontak, akun media sosial, dan jenis latihan yang ditawarkan, yaitu Muay Thai dan MMA.



Gambar II. 15 Observasi lapangan 2  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

*Banner* logo ini berukuran sekitar 60x50cm yang mencantumkan logo paling awal dari FourFit yang berada di dalam tempat latihan (*indoor*).



Gambar II. 16 Observasi Lapangan 3  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Ini adalah *banner* yang terpasang dibagian dalam tempat latihan fourfit yang dipasang diatas cermin dengan bentuk logo yang berbeda dengan jenis *font* yang berbeda.



Gambar II. 17 Observasi Lapangan 4  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Dan yang terakhir ini adalah *banner* yang ditempatkan manajemen FourFit di dinding dekat atau bersebelahan dengan *ring sparring*. Dengan menggunakan tiga logo fourfit yang berbeda-beda.

#### **II.3.4 Opini Masyarakat**

Opini masyarakat adalah pandangan atau pendapat yang dimiliki oleh sekelompok orang dalam suatu komunitas tentang berbagai isu, kejadian, atau topik tertentu. Opini ini seringkali tercermin melalui diskusi publik, media massa, dan interaksi sosial, dan dapat mempengaruhi keputusan politik, tren budaya, serta dinamika sosial dalam masyarakat.

##### **II.3.4.1 Wawancara**

Dari wawancara dengan Vicky Satriansyah sebagai penulis/perancang dan Gumilang Gatot sebagai narasumber mengenai FourFit Fight Gym, dapat diambil beberapa kesimpulan. FourFit Fight Gym merupakan sebuah forum atau tempat latihan yang universal, mencakup beladiri dan kesehatan. Nama "Fourfit" mengandung makna kursi atau kedudukan yang kokoh dan merujuk pada kesehatan. Tujuannya adalah mencetak atlet berprestasi dan membantu individu yang ingin hidup sehat melalui olahraga combat. Keunggulan FourFit terletak pada koneksi dengan ahli beladiri yang beragam, menyediakan pelatih berlisensi, dan fasilitas latihan yang mendukung. Target *audience* meliputi berbagai usia, namun, mayoritas pengguna berada dalam kisaran usia 18-35 tahun.

Gumilang Gatot, sebagai narasumber, mengindikasikan bahwa FourFit terus meningkatkan fasilitas dan program latihan, dengan fokus pada profesionalisme. Desain interior camp telah mengalami banyak perubahan, dan berencana untuk menambah pelatih berlisensi. FourFit juga menonjolkan kebersamaan dan memfokuskan pada kebugaran daripada terlihat seram. Logo FourFit memiliki makna simbolis, dan mungkin menambahkan warna putih untuk kesan netral dan suci.

FourFit telah melakukan promosi melalui keikutsertaan dalam *event* kejuaraan dan memanfaatkan media sosial, mulut ke mulut, serta rekomendasi teman. FourFit menekankan hubungan erat antara pelatih dan anggota sebagai sebuah keluarga. Meskipun belum bermitra dengan perusahaan, FourFit merencanakan pencarian sponsor di masa depan. FourFit memiliki legalitas usaha PT dan melibatkan pelatih berlisensi yang telah meraih prestasi di tingkat nasional dan internasional.

Secara keseluruhan, FourFit Fight Gym mewakili sebuah konsep universal untuk latihan beladiri dan kesehatan, menekankan kebersamaan, profesionalisme, dan progres. Terus berupaya meningkatkan kualitas fasilitas dan program latihan demi menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan atlet dan pengguna yang ingin hidup sehat melalui olahraga.

#### Dokumentasi

Berikut ini adalah hasil dokumentasi saat peneliti melakukan wawancara bersama sang *founder* FourFit yaitu Gumilang Gatot



Gambar II. 18 Wawancara 1  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)



Gambar II. 19 Wawancara 2  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)



Gambar II. 20 Wawancara 3  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)



Gambar II. 21 Wawancara 4  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

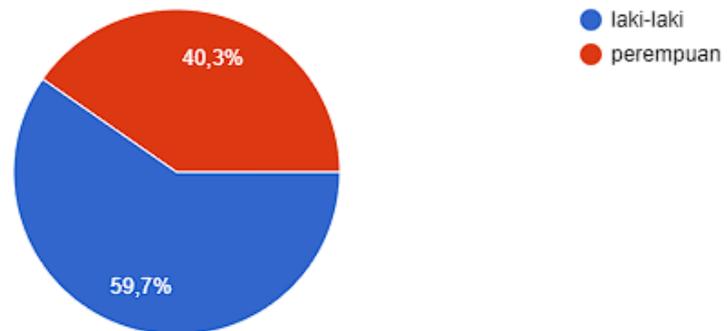
### II.3.4.2 Hasil Kuesioner

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara acak menggunakan Google Form pada tanggal 15 Januari 2024. Penulis menggunakan metode ini sebagai alat untuk menghimpun informasi dari responden dengan rincian yang telah disiapkan sebelumnya. Kuesioner dirancang secara cermat untuk mencakup aspek-aspek yang relevan dengan tujuan perancangan, memungkinkan penulis untuk mendapatkan data yang komprehensif dan representatif. Melalui pendekatan ini, diharapkan bahwa hasil penelitian akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait dengan fenomena yang sedang diteliti, dengan rincian sebagai berikut :

a. Total responden : 62 responden

b. Jenis kelamin :

62 jawaban

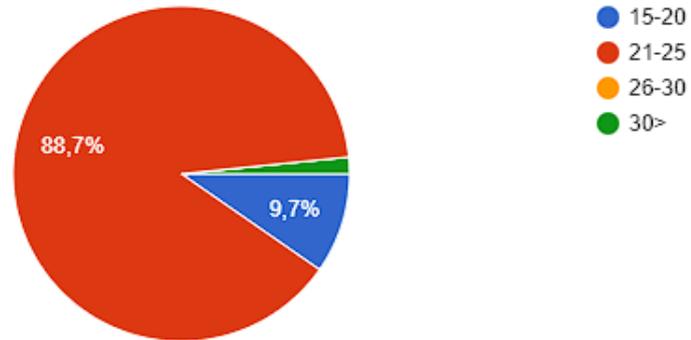


Gambar II. 22 Diagram *Gender*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Kuesioner ini disebarakan secara acak sehingga dapat di isi oleh 2 tipe *gender* yang ada di Indonesia. *gender* yang mengisi kuesioner ini terdiri dari 40,3% perempuan dan 59,7% laki-laki.

c. Usia :

62 jawaban

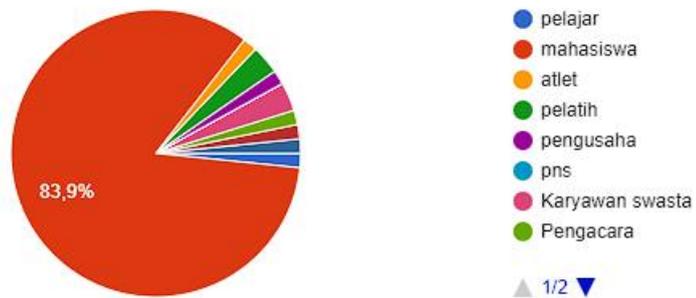


Gambar II. 23 Diagram Usia  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Rentang usia yang mengisi kuesioner kebanyakan usia 21-25 tahun sebesar 88,7%, usia 15-20 tahun sebesar 9,7%, dan sisanya usia diatas 30 tahun.

d. Profesi :

62 jawaban

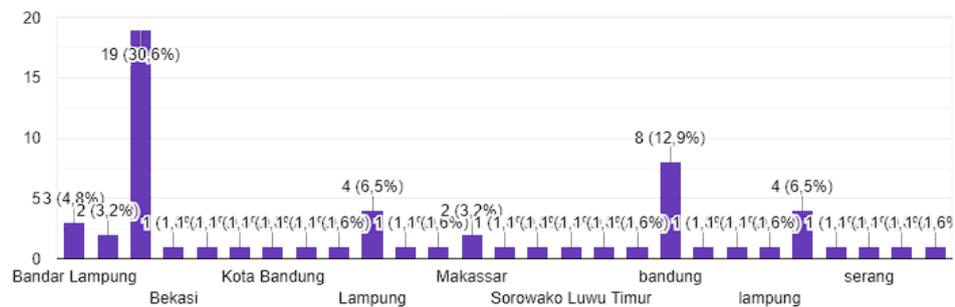


Gambar II. 24 Diagram Profesi  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Sebesar 83,9% yang mengisi responden adalah kebanyakan mahasiswa, dan sisanya pelajar, atlet, pelatih, pengusaha, pns, karyawan swasta, dan pengacara.

e. Domisili

62 jawaban



Gambar II. 25 Grafik Domisili  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

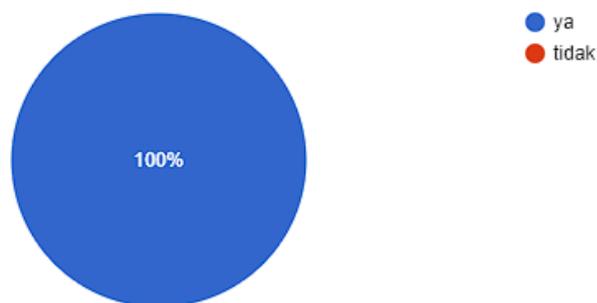
Yang mengisi responden kebanyakan berdomisili di Bandung sebesar 53,1%, Lampung sebesar 30,6%, Makassar sebesar 12,9% Sorowako sebesar 6,5% dan sisanya berdomisili Bekasi, Cirebon, Jombang, Luwu Utara, Majalengka, Serang, Yogyakarta, dan Bogor.

Dari beberapa pertanyaan yang dicantumkan di dalam kuesioner maka didapatkan data sebagai berikut :

1. Apakah sebuah bentuk logo penting dalam menunjukkan suatu bidang usaha?

apakah sebuah bentuk logo penting dalam menunjukkan suatu bidang usaha?

62 jawaban



Gambar II. 26 Diagram Kepentingan Logo  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa seluruh responden mengatakan bahwa sebuah bentuk logo penting dalam menunjukkan suatu bidang usaha.

2. Seperti apa kesan pertama ketika melihat logo ini?

62 jawaban

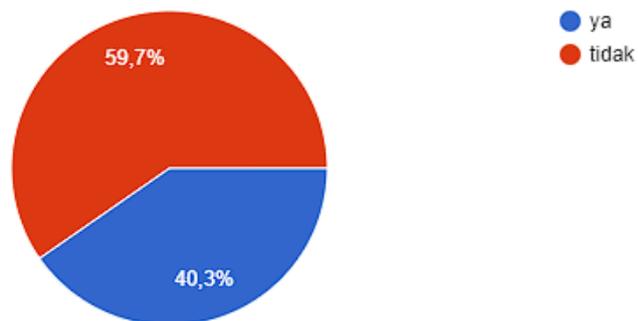


Gambar II. 27 Diagram Kesan Pertama  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa kesan pertama 51,6% responden melihat logo tersebut seperti logo tim balap, 24,2% melihat logo tersebut seperti tempat pelatihan bela diri, 22,6% responden melihat logo tersebut seperti *brand apparel*, dan sisanya melihat logo tersebut hanya sekedar tempat Gym karena hanya ada kata fit yang seperti ada makna.

3. Apakah anda tau Fourfit Fight Gym?

62 jawaban

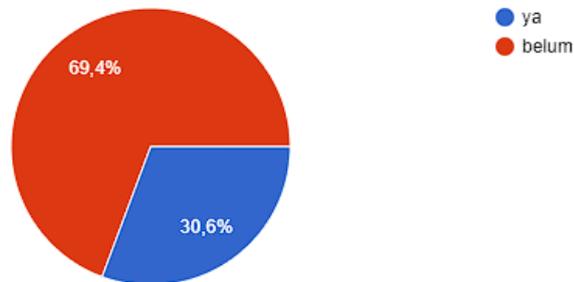


Gambar II. 28 Diagram Mengetahui Fourfit  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa 59,7% responden mengetahui Fourfit Fight Gym dan 40,3% responden tidak mengetahui Fourfit Fight Gym.

4. Apakah logo Fourfit Fight Gym sudah mencerminkan seperti tempat pelatihan beladiri?

62 jawaban

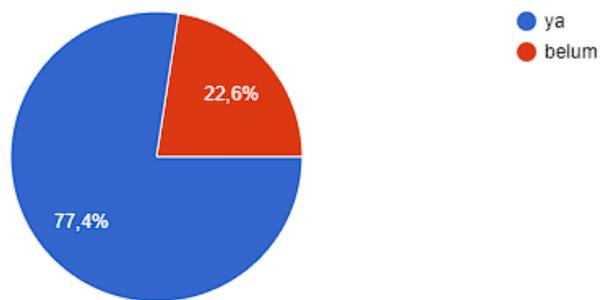


Gambar II. 29 Diagram Cerminan Logo  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa 69,4% responden mengatakan logo Fourfit Fight Gym belum mencerminkan seperti tempat pelatihan beladiri dan 30,6% responden mengatakan logo Fourfit Fight Gym mengatakan sudah mencerminkan seperti tempat pelatihan beladiri.

5. Apakah warna dari logo Fourfit Fight Gym sudah cocok untuk sebuah tempat pelatihan beladiri?

62 jawaban

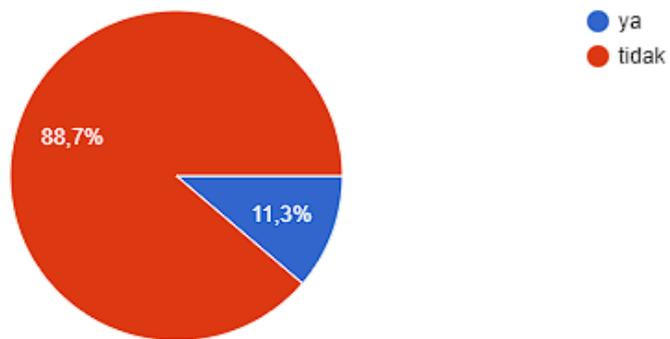


Gambar II. 30 Diagram Logo Warna Fourfit  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa 77,4% responden mengatakan warna dari logo Fourfit Fight Gym sudah cocok untuk sebuah tempat pelatihan beladiri dan 22,6% responden mengatakan bahwa warna dari logo Fourfit Fight Gym belum cocok untuk sebuah tempat pelatihan beladiri.

6. Apakah anda pernah menjadi *user* di Fourfit Fight Gym?

62 jawaban

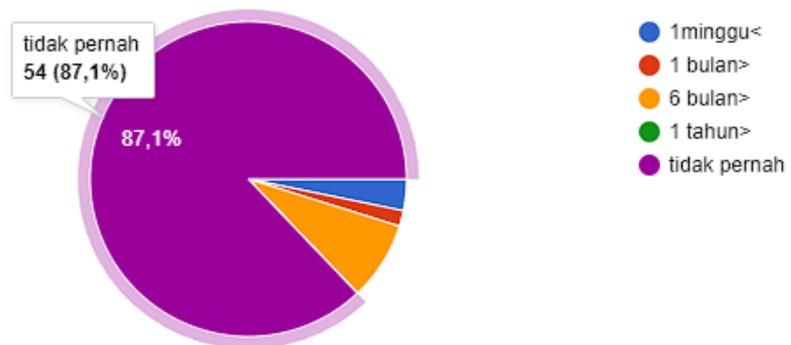


Gambar II. 31 Diagram *User* Fourfit  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa 88,7% responden tidak pernah menjadi *user* di Fourfit Fight Gym dan 11,3% responden pernah menjadi *user* di Fourfit Fight Gym.

7. Berapa lama menjadi *user* di Fourfit Fight Gym?

62 jawaban

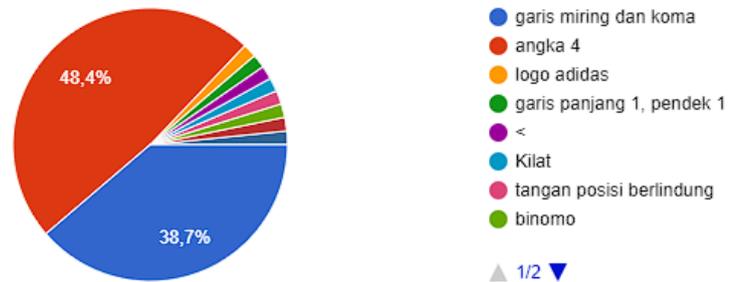


Gambar II. 32 Diagram Selama Menjadi *User*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa 87,1% responden tidak pernah menjadi *user* di Fourfit Fight Gym, dan sisanya responden lainnya pernah selama 6 bulan, 1 bulan, dan 1 minggu.

## 8. Seperti apakah lambang ini jika dilihat?

62 jawaban



Gambar II. 33 Diagram Elemen Visual  
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa 48,4% responden melihat lambang tersebut seperti angka 4, 38,7% responden melihat lambang tersebut seperti garis miring dan koma, dan sisanya melihat lambang tersebut seperti logo adidas, kilat, tangan posisi berlindung, dan binomo.

### Kesimpulan :

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa sebuah bentuk logo penting dalam menunjukkan suatu bidang usaha, namun logo Fourfit Fight Gym belum mencerminkan seperti tempat pelatihan beladiri. Sebagian besar responden juga sudah mengetahui Fourfit Fight Gym, tetapi banyaknya responden yang tau Fourfit Fight Gym tidak menentukan responden juga pernah menjadi *user* di Fourfit Fight Gym.

### II.4 Resume

Berdasarkan hasil pengumpulan data, wawancara, dan kuesioner. Fourfit Fight Gym tampaknya belum konsisten dalam penerapan logo yang telah dibuat. Hal ini menyebabkan kebingungan di kalangan calon pengguna dan pengguna yang kesulitan menentukan logo FourFit yang resmi, meskipun semua logo berasal dari manajemen yang sama. Keadaan ini dapat menimbulkan ketidakpercayaan dan keraguan terhadap identitas sebenarnya dari FourFit. Selain itu, logo FourFit Fight Gym juga belum sepenuhnya mengkomunikasikan visi misi dan filosofi yang ingin

disampaikan kepada calon pengguna dan pengguna. Hal ini membuat pengenalan terhadap FourFit sebagai tempat beladiri menjadi sulit dipahami.

## **II.5 Solusi Perancangan**

Berdasarkan resume sebelumnya, FourFit Fight Gym memerlukan redesain atau perancangan ulang logo agar dapat secara efektif menyampaikan filosofi dan visi misi kepada calon pengguna dan pengguna. Selain itu, perlu menetapkan satu logo yang mencerminkan identitas FourFit Fight Gym untuk menjaga konsistensi dan meningkatkan kepercayaan pengguna serta calon pengguna bahwa logo tersebut merupakan representasi resmi dari FourFit Fight Gym.