BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bandung adalah salah satu kota besar yang ada di Indonesia dengan luas 16.767 hektare dan memiliki letak secara geografis yang strategis sehingga menjadikan Bandung sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat. Seperti yang kita ketahui, Bandung adalah kota *fashion*, karena terdapat banyak *outlet-outlet* dan *distro* yang menjual pakaian dengan kualitas bagus dan harga yang terjangkau oleh masyarakat. Selain identik dengan fashion, kota Bandung juga merupakan kota yang mendukung kemajuan dalam bidang olah raga, hal ini dapat dilihat dengan adanya beberapa klub sepak bola yang didirikan baik oleh pihak swasta ataupun pihak asing di beberapa tempat yang ada dikota Bandung.

Melihat perkembangan sepak bola saat ini yang mengalami banyak perkembangan disetiap aspeknya, semuanya didukung dengan adanya dukungan-dukungan yang diberikan oleh para pendukung terhadap klub-klub sepak bola yang ada. Para pendukung yang ada di Indonesia memiliki sikap fanatisme yang sangat tinggi, seperti misalnya Aremania Indonesia yang mendukung Arema Malang, The Jack yang mendukung Persija Jakarta, Bonek yang mendukung Persebaya Surabaya, dan lain sebagainya.

Begitupun halnya dengan klub sepak bola PERSIB yang ada di kota Bandung. Persib memiliki hubungan yang sangat kuat dengan para pendukung yang selalu hadir memadati stadion ketika sedang berlangsungnya pertandingan. Para pendukung yang ada di kota Bandung dikenal dengan sebutan *Bobotoh*. Salah satu organisasi yang menghimpun para pendukung Persib adalah Viking Persib *Club,* Viking Persib *Club* mulai mengembangkan berbagai bentuk aktualisasi

diri dengan membuat pengkoordiniran massa dengan cara mendirikan distrik-distrik diberbagai daerah.

Seiring dengan perkembangannya, organisasi atau komunitas Viking Persib *Club* tersebut banyak mengalami perubahan baik dari hal sikap atau perilaku yang ditunjukan oleh masing-masing anggotanya. Seperti misalnya terdapat kecenderung munculnya sikap arogan dan anarki dari sebagian anggota Viking Persib *Club* hal ini mengakibatkan pandangan negatif dari masyarakat.

Disamping sikap yang diperlihatkan oleh sebagian anggota Viking ketika didalam stadion, banyak sekali warga yang resah dengan kehadiran Viking ketika anggota Viking melewati tempat sekitar warga Bandung. Hal ini dijelaskan oleh salah satu reporter sebuah Koran harian umum galamedia edisi Senin 6 Juli 2009,

Junaidi (2009) menjelaskan:

> Warga kota Bandung yang ada dikawasan Antapani, Arcamanik, Kosambi, dan daerah lainnya merasa terganggu oleh para bobotoh yang melewati tempat tersebut. Bahkan di Antapani, para pedagang dipinggir jalan ketika melihat pengendara motor beratribut Viking mereka langsung mengamankan dagangan mereka dengan alasan takut barang dagangan mereka di acak-acak oleh anggota Viking yang lewat ditempat tersebut (h. 11)

Maka berkaitan hal tersebut, perlu sekali adanya upaya untuk mengubah citra dari Viking Persib *Club.* Langkah untuk melakukan perubahan citra Viking Persib *club* diantaranya adalah menyajikan identitas baru. Dalam kasus ini masalah yang ada berdampak pada *target audience* secara geografis terhadap identitas visual perusahaan atau organisasi serta kurangnya pemahaman terhadap makna logo Viking sebelumnya dari masing-masing anggota. Oleh karena itu, diperlukan perancangan identitas visual perusahaan atau organisasi baru yang dapat memberikan dampak positif bagi Viking Persib *Club*.

Untuk melakukan perubahan identitas perlu menganalisis permasalahan-permasalahan yang terkait dengan Viking Persib *Club*. Hal ini sejalan dengan apa yang dijelaskan oleh Gregory Thomas

(2005) “bahwa desain juga berarti pemecahan masalah yang teranalisis”. Oleh sebab itu, permasalahan yang melatar belakangi masalah identitas visual dari Viking dapat teranalisis dan dapat dipecahkan dengan desain komunikasi visual berupa rebranding logo dari Viking tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada dimuka, maka dapat diidentifikasi masalah yang muncul adalah sebagai berikut:

- Citra organisasi dari Viking Persib *Club* saat ini dipandang negatif oleh warga sekitar kota Bandung.
- Kurangnya pemahaman terhadap makna logo dari Viking Persib *Club* dari setiap anggotanya.
- Tidak konsistennya penerapan logo Viking Persib *Club* pada media apparel karena tidak memiliki panduan dalam penerapan logo.

1.3 Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka difokuskan pada bagaimana perancangan ulang identitas visual yang berupa logo dari Viking Persib *Club.*

1.4 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah dan pengidentifikasian permasalahan diatas, maka dirumuskan permasalahan yang muncul yaitu :

– Bagaimana mengubah citra negatif dari Viking Persib *Club* di masyarakat melalui perancangan ulang identitas visual.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan penelitian ini adalah untuk mengembalikan citra positif organisasi dari Viking Persib *Club* yang pada saat ini mendapat penilaian yang negatif dari masyarakat sekitar. Dalam mencapai tujuan tersebut, perancangan tujuan yang dimaksud adalah mendesain ulang identitas visual atau logo dari Viking Persib *Club* itu sendiri.