BAB I

PENDAHULUAN

I. 1 LATAR BELAKANG MASALAH

Dikenal dengan nama *Clog Dancing*, dimana alas kaki yang digunakan merupakan sepatu kayu (*clog*), jenis tarian ini dimulai lebih dari 800 tahun yang lalu oleh para pelaut yang merasa bosan dengan kehidupan di atas kapal. Dengan ruangan yang terbatas, gerakan *Clog Dancing* lebih memfokuskan pada kaki ketimbang bagian tubuhnya. Pada periode 1960-an hingga 1980-an, *Clog Dancing* yang juga dikenal dengan istilah *stomping* ini menjadi tarian yang populer di Melbourne, Australia, sehingga disebut *Melbourne Shuffle/Shuffle Melbourne* berkat kebangkitan tarian tradisional rakyat disana.

Tahun 2011, "*Shuffle Dance*" sedang menjadi tren baru di kalangan anak muda Indonesia. Tarian ini sangat diminati oleh masyarakat khususnya para remaja. Mereka menari dengan rasa percaya diri yang tinggi dan sangat menikmati sekali setiap gerakan yang diiringi musik Barat berirama seperti musik *Hiphop*. *Shuffle Dance* termasuk bagian dari *Street Dance*. *Street Dance* adalah gaya atau aliran tari yang berkembang atau berevolusi di luar studio tari atau tempat terbuka seperti taman kota, jalanan, lapangan di sekolah ataupun di klub malam. Tari yang hanya menitikberatkan pada gerakan kaki ini mampu memikat orang-orang terutama remaja, sehingga mereka mau untuk mendalami seni gerak ini.

Shuffle Dance di Indonesia tidak hanya dianggap sebagai hiburan semata, namun juga merupakan gaya hidup pergaulan yang tidak terpisahkan dari masyarakat terutama bagi kalangan remaja di Indonesia. Bagi para pecinta *Shuffle Dance* ini sudah menjadi citra bagi dirinya sendiri, menjadi sebuah hobi dan dari sinilah masyarakat dalam hal ini mulai mencari wadah atau tempat untuk menyalurkan hobinya yang kemudian membentuk kelompok-kelompok pecinta *Shuffle Dance*. Berangkat dari sinilah kemudian muncul dan berkembangnya grup atau komunitas *Shuffle Dance* di kota-kota besar di Indonesia.

Salah satu komunitas *Shuffle Dance* yang berada di Kota Bandung yaitu "BANDUNG SHFL (Bandung Shuffle)". BANDUNG SHFL merupakan sebuah komunitas *dance* yang didalamnya terdapat anggota-anggota dari kalangan remaja laki-laki maupun perempuan pecinta dance yang kreatif dan enerjik. Dalam perkembangannya BANDUNG SHFL ini mampu menjadi trend dalam kalangan remaja di Kota Bandung sejak di bentuknya pada tahun 2011 sampai tahun 2013. Melalui dari mulut ke mulut dan menyebarkan informasi melalui media social banyak masyarakat terutama remaja banyak mengenali mereka dan sangat sering di undang untuk mengisi event-event hiburan yang ada di Kota Bandung sehingga ketenaran mereka semakin meluas.

Pada pertengahan tahun 2013 sampai tahun 2014, BANDUNG SHFL mulai meredup dengan seiringnya perkembangan zaman yang mempengaruhi *Shuffle Dance*, sehingga masyarakat sudah jarang ada lagi yang mengetahui atau mengingat BANDUNG SHFL. Hal ini dikarnakan Identitas Visual BANDUNG SHFL yang kurang kuat dan kurang memberikan ciri identitasnya sehingga target sasaran cenderung tidak mengetahui identitas visual dari BANDUNG SHFL itu sendiri dan strategi mereka dalam mempromosikan BANDUNG SHFL masih sangat kurang karena tidak di dukung oleh kekuatan dari sebuah identitas visual.

Untuk mendukung pembuatan identitas visual tersebut maka dipilihlah judul "PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL BANDUNG SHFL". Dalam kaitannya dengan bidang studi Desain Komunikasi Visual, maka ruang lingkup proyek tugas akhir ini dibatasi pada hal-hal yang dapat ditangani dan dipecahkan melalui pendekatan desain komunikasi visual yaitu menggunakan teori identitas visual.

Dan pada akhirnya berdasarkan uraian diatas, identitas visual tersebut dapat dipakai pada media pendukung untuk lebih memberikan nilai lebih. Maka akan diciptakan desain yang menjadi sarana promosi dan pendukung berdasarkan pada tujuan awal sebuah desain komunikasi visual. Media tersebut dapat berupa *manual book logo,* X-banner, poster, *flyer*, *t-shirt*, Pin, dan *sticker*. Sehingga melalui media tersebut keberhasilan komunikasi visual sebuah identitas visual akan lebih banyak tercapai dengan adanya media pendukung.

I. 2 IDENTIFIKASI MASALAH

1. BANDUNG SHFL belum membentuk identitas visual yang baik dalam hal logo.
2. Identitas visual BANDUNG SHFL kurang tersampaikan kepada target sasaran.
3. Dalam promo kekuatan dari identitas visualnya masih sangat kurang.
4. Penerapan promosi yang bergantung pada identitas visual.
5. Kurangnya media pendukung secara luas terhadap target sasaran.

I. 3 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan pada Identifikasi Masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut : "Bagaimana merancang sebuah Identitas Visual yang baik untuk BANDUNG SHFL beserta media pendukung guna memperoleh tanggapan positif dari target sasaran?"

I. 4 BATASAN MASALAH

Berdasarkan rumusan masalah maka batasan masalah hanya pada identitas visual berupa logo BANDUNG SHFL beserta media promosi pendukung seperti *manual book logo*, X-banner, poster, flyer, *t-shirt*, Pin, dan *sticker*.

I. 5 TUJUAN PERANCANGAN

Dengan adanya identitas visual ini, agar tercapai tujuan untuk meningkatkan nilai jual dan masyarakat luas lebih mengenal BANDUNG SHFL ini dengan harapan dapat menambah klien. Adapun tujuan dari pembuatan perancangan identitas visual BANDUNG SHFL adalah :

1. Membuat identitas visual yang baik, efektif, dan efisien sehingga dapat di terima semua lapisan masyarakat.
2. Menciptakan media pendukung guna meningkatkan keberhasilan sebuah identitas visual yang menunjang sarana promosi pendukung.