

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era digitalisasi saat ini, perkembangan industri bisnis melalui konten visual dan *merchandise* sangatlah berkembang. Banyak dijumpai konten visual dan *merchandise* dalam suatu penyelenggaraan *event*. Salah satu *event* mendunia di dunia olahraga adalah ASEAN Paragames 2022, ASEAN Paragames 2022 adalah pesta olahraga dua tahunan untuk para atlet difabel dari negara-negara Asia Tenggara yang digelar di Surakarta, Indonesia, pada tanggal 30 Juli - 6 Agustus 2022.¹ Berkaitan dengan hal tersebut, penyelenggaraan ASEAN Paragames 2022 di Solo juga disertai ide konten visual sebagai media penyampaian pesan kepada *audience* dan *merchandise* yang dijual di stan-stan sekitar lokasi dengan unsur maskot Rajamala. Dari *event* ASEAN Paragames 2022 tersebut konten visual dalam upaya untuk memberikan informasi terhadap kebutuhan olahraga dinilai sangatlah efektif sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada *audience*. Tidak hanya itu, *merchandise* juga dinilai telah memuaskan para fans yang antusias terhadap timnas Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut terdapatlah peluang emas di dunia wirausaha terkait konten visual dan *merchandise* untuk menunjang kebutuhan olahraga. Salah satu cabang olahraga yang sedang mengalami peningkatan prestasi yang signifikan selama beberapa tahun terakhir ini adalah olahraga bola basket. Dalam penyelenggaraan *event* bola basket sangat diperlukan konten visual untuk kebutuhan *branding* dan sarana untuk memberikan informasi.

¹ ASEAN Para Games. Apa & Kapan Opening Ceremony APG Solo 2022. <https://tirta.id/asean-para-games-adalah-apa-kapan-opening-ceremony-apg-solo-2022-gupG>. Diakses tanggal 22 September 2023

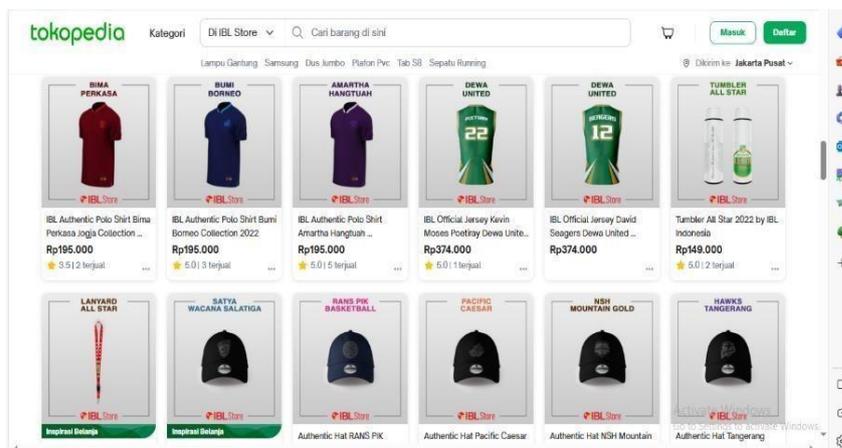
Peningkatan prestasi olahraga bola basket wajib di ikuti dengan pemenuhan atribut yang dikenakan pemainnya harus *eye catching* supaya sesuai dengan estetika olahraga. Maka dari itu, permintaan *merchandise* olahraga bola basket sedang memenuhi pasar atau *marketplace*.

Konten visual sangat diperlukan dalam cabang olahraga bola basket sebagai sarana dalam memberikan promosi dan informasi. Konten visual promosi dan informasi yang dimaksud bisa dalam bentuk foto, video, meme, infografis, dan lain-lain yang nantinya akan di sebarluaskan ke *audience* melalui media sosial. Pembuatan konten visual juga harus bersifat singkat namun padat informasi. Hal ini dikarenakan munculnya *attention span* alias durasi fokus manusia kian memendek dalam memahami suatu informasi.² Banyak dijumpai sebuah penyelenggara *event* bola basket meminta konten visual untuk mempromosikan informasi terkait event yang akan dilaksanakan. Informasi bisa berupa kapan pertandingan akan berlangsung, dimanapertandingan akan berlangsung, jadwal pertandingan, *live* pertandingan melalui sosial media, publikasi peraturan pertandingan, dokumentasi kegiatan, dan lain-lain.

Pelaksanaan suatu *event* bola basket juga melekat dengan produksi sebuah *merchandise*. *Merchandise* adalah produk-produk yang dijual peritel kepada konsumen dalam gerainya kepada konsumen. Banyak dijumpai penjualan *merchandise* olahraga dengan membawakan identitas suatu klub basket. Penjualan *merchandise* dari suatu klub basket sangatlah memberikan keuntungan dalam hal bisnis. Klub-klub basket dengan nama *familiar* yang sudah dikenal oleh masyarakat ketika membuat *merchandise* dan di jual di pasar atau toko *online* sangatlah laku keras. Target utama konsumen

² Memahami Konten Visual, Kunci Penting Minat Pembaca dan Audience.
<https://glints.com/id/lowongan/visual-content-konten-visual/>. Diakses tanggal 22 September 2023.

merchandise adalah penggemar klub basket yang solid, sisanya adalah orang-orang yang suka dari berbagai elemen *merchandise* yang dibuat. Dalam penyelenggaraan sebuah *event* bola basket, akan dijumpai berbagai *merchandise* dari klub basket. *Merchandise* yang sering dijual dalam klub basket berupa kaos, topi, jersey, dan lain-lain.



Gambar 1. 1 sumber : IBL Store - Produk Resmi & Terlengkap | Tokopedia <https://www.tokopedia.com/iblstore> diakses tanggal 25 September 2023.

Merchandise tersebut biasanya dalam penyelenggaraan *event* bola basket akan dibagikan secara cuma-cuma (*giveaway*) atau dengan tantangan (*challenge*) yang harus dilalui para peserta, Pembagian *merchandise* dengan *giveaway* dan *challenge* memiliki fungsi sebagai cara paling ampuh memperkenalkan produk *merchandise* kepada semua pihak. Secara tidak langsung hal tersebut sebagai strategi promosi *merchandise* kepada para konsumen yang menyaksikan pertandingan ataupun mengikuti sosial media klub basket yang bersangkutan.

Adapun klub basket yang berada di Provinsi Jawa Tengah, khususnya di Kota Wonogiri sendiri memiliki beberapa klub bola basket seperti *Savage Basketball*, *Bubble Gum*, Disket Smansa, dll. Namun yang sering menyelenggarakan sebuah *event* bola basket hanya klub *Savage Basketball*.

Beberapa anggota klub *Savage Basketball* memiliki prestasi seperti juara 2 provinsi 3 lawan 3 Danny Kosasih *Cup 2022*, memiliki 3 anggota pelatih basket berlisensi C, memiliki 2 anggota wasit berlisensi C, dan memiliki banyak relasi untuk relawan serta sponsor setiap penyelenggaraan sebuah *event* bola basket yang diadakan.

Klub *Savage Basketball* yang telah berjalan dari tahun 2019 sampai sekarang telah memiliki atlet, pelatih berlisensi, wasit berlisensi, dan anggota lainnya untuk mengadakan sebuah *event* bola basket.³ Klub *Savage Basketball* telah mengadakan berbagai *event* bola basket di daerah Wonogiri dengan bantuan PERBASI (Persatuan Bola Basket Indonesia), tentunya target diadakan *event* bola basket tersebut kepada anak Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) yang sedang mencari prestasi nonakademik. Seperti pada tanggal 25 sampai 26 Agustus 2023 kemarin klub *Savage Basketball* mengadakan event “*Exhibition Match Savage 17an*” yang diikuti oleh SMAN 1 Wonogiri, SMAN 2 Wonogiri, MAN 1 Wonogiri, dan SMA IT Wonogiri.

Namun, klub *Savage Basketball* memerlukan sumber daya manusia yang mengembangkan konten visual dan *merchandise* sebagai media promosi terhadap *audience* hal ini dikarenakan *Savage Basketball* telah merambah ke ranah penyelenggaraan *event* bola basket di Wonogiri yang memberikan peningkatan animo anak muda di Wonogiri dalam peningkatan prestasi bola basket. Konten visual yang diperlukan memiliki fungsi sebagai pemberi informasi, pengumuman, dan perkembangan pertandingan kepada *audience* di

³ Rizky Fajar Dzulfikar. K5617090. Studi Tentang Fenomena Aktivitas Olahraga Bola Basket di Masa Pandemi Covid-19 Pada Klub Basket Savage Wonogiri Tahun 2021. Skripsi. Surakarta. <https://digilib.uns.ac.id/>. diakses tanggal 25 September 2023

media sosial. Konten visual dibuat sekreatif mungkin sesuai tema *event* dan disertai identitas logo ikonik (maskot) “beruang” *Savage Basketball* Wonogiri. Sedangkan produksi *merchandise Savage Basketball* diperlukan dalam rangka promosi klub dan bisnis wirausaha.

Merchandise Savage Basketball memiliki tujuan untuk membuat estetika perlengkapan basket kepada para konsumen pecinta olahraga bola basket, baik dari daerah Soloraya maupun dari daerah dengan cakupan yang lebih luas. Pembuatan *merchandise Savage Basketball* diberikan identitas ikonik (maskot) “beruang” *Savage Basketball* Wonogiri. Target *merchandise* yang sedang direncanakan meliputi jersey, kaos, topi, bendera, payung, botol minum (tumblr), totebag, handuk sport, gantungan kunci, dan stiker. Pertimbangan dari target *merchandise* adalah mengingat sasaran pasar di dominasi oleh anak muda (SMP&SMA). Anak muda sering sekali memakai hal simpel seperti kaos, topi, bendera, , payung, botol minum (tumblr), totebag, handuk sport, gantungan kunci, dan stiker.. Konten visual dan *merchandise* yang dibuat harus memiliki fungsi sebagai media promosi. Media promosi adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak dengan tujuan dengan mendapatkan ketertarikan terhadap klub *savage basketball*.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dibahas pada penelitian ini berdasarkan latar belakang di atas adalah “Bagaimana perancangan konten visual dan *merchandise* sebagai media promosi dalam klub *Savage Basketball* Wonogiri?”

1.3. Tujuan Skripsi Aplikatif

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini memiliki tujuan ingin mengetahui sebagai berikut :

- a. Membuat perancangan konten visual sebagai media promosi dalam klub *Savage Basketball Wonogiri*.
- b. Membuat perancangan *merchandise* sebagai media promosi dalam klub *Savage Basketball Wonogiri*.

1.4. Manfaat Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang dikaji dan diteliti, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat akademis dan praktis sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang diharapkan dapat diberikan dengan adanya karya ini adalah :

- a. Menambah wawasan dalam menciptakan temuan baru perancangan konten visual dan *merchandise* sebagai media promosi dalam klub *Savage Basketball Wonogiri*.
- b. Mengembangkan ide-ide konten visual dan *merchandise* sebagai media promosi klub *Savage Basketball Wonogiri*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dapat diberikan dengan adanya karya ini adalah :

- a. Sebagai media promosi dan informasi penyelenggaraan suatu *event* bola basket yang diselenggarakan *Savage Basketball Wonogiri*.
- b. Sebagai barang yang memiliki nilai estetika bersifat *eye catching* dengan *branding* logo ikonik (maskot) “beruang” *Savage Basketball Wonogiri*.

- c. Sebagai sarana berbisnis dalam bidang *merchandise* olahraga bola basket di klub *Savage Basketball* Wonogiri.

1.5. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam melaksanakan skripsi aplikatif pada konten visual dan *merchandise* klub *Savage Basketball* Wonogiri adalah sebagai berikut :

1.5.1. Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung di tempat penelitian untuk memperoleh data yang digunakan dengan mengunjungi lokasi *basecamp* klub *Savage Basketball* Wonogiri yang berlokasi di SMA Negeri 1 Wonogiri. Selain itu penulis melakukan pengamatan lebih detail melalui *platform* instagram yang digunakan sebagai media pemasaran sekaligus promosi.

1.5.2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan menanyakan berbagai informasi untuk mendapatkan data yang akurat mengenai klub *Savage Basketball* Wonogiri. Cara yang digunakan penulis yakni mewawancarai ketua klub *Savage Basketball* dan salah satu *member* yang sangat berperan dalam pembentukan klub *Savage Basketball* Wonogiri.

1.5.3. Studi Dokumen

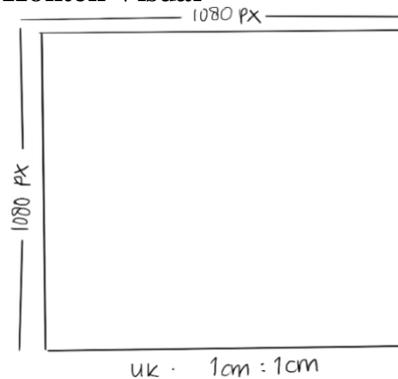
Data yang diperoleh dengan akurat , penulis melakukan studi dokumen yang berkaitan dengan perancangan desain template konten visual dan *merchandise* khususnya dibidang permainan bola basket.

Penulis mencari referensi karya detrain dengan perancangan konten visual dan merchandise yang digunakan sebagai media promosi serta identitas klubbasket Savage Basketball Wonogiri. Data yang didapatkan dalam studi dokumen antara lain berupa logo, font, gambar/foto, dan jenis elemen lainnya.

1.6. Sketsa Perancangan

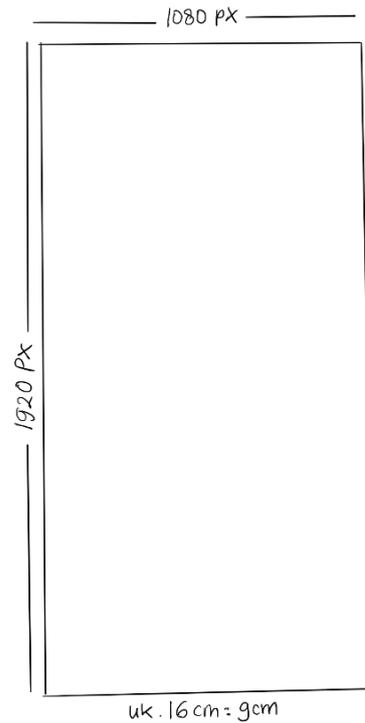
Desain template konten visual dan merchandise dalam perancangan media promosi klub Savage Basketball Wonogiri antara lain; 2 macam desain template konten visual dan 10 macam desain merchandise. Macam desain template konten visual yakni sketsa bordir feed instagram dan bordir story instagram. Sedangkan macam desain merchandise yakni sketsa jersey, kaos, topi, bendera, payung, botol minum (tumblr), totebag, handuk sport, gantungan kunci dan stiker.

1.6.1. Sketsa Bordir Konten Visual



Gambar 1. 2 Sketsa Desain Konten Visual (Feed) Instagram

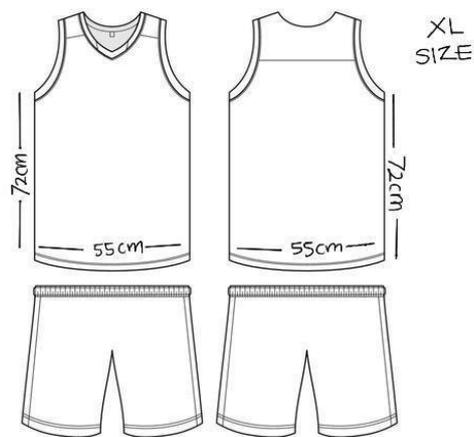
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 1. 3 Sketsa Desain Konten Visual (Story) Instagram

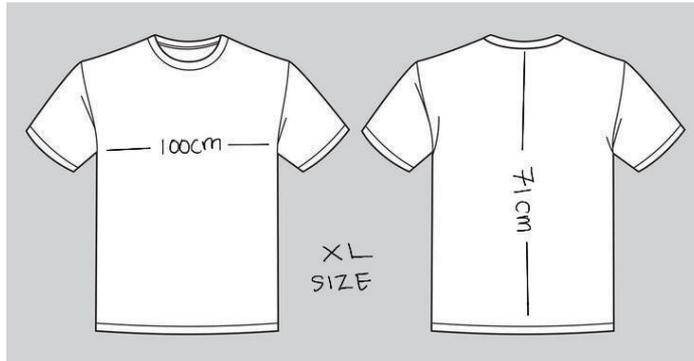
Sumber : Dokumen Pribadi

1.6.2. Sketsa Desain Merchandise



Gambar 1. 4 Sketsa Desain Merchandise (Jersey)

Sumber : Dokumen Pribadi



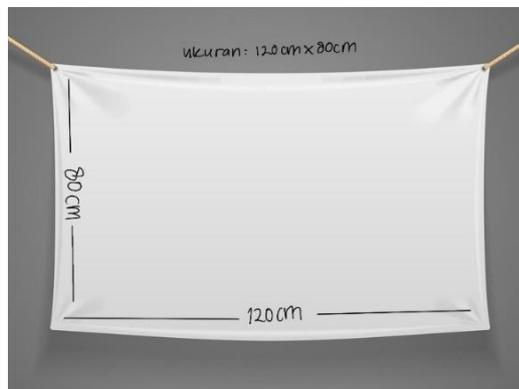
Gambar 1. 5 Sketsa Desain *Merchandise* (Kaos)

Sumber : Dokumen Pribadi



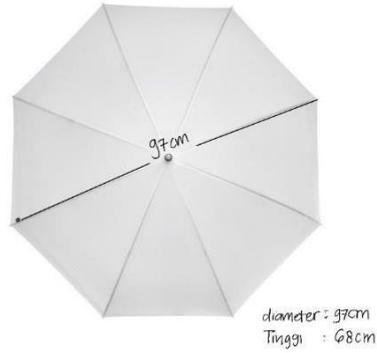
Gambar 1. 6 Sketsa Desain *Merchandise* (Topi)

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 1. 7 Sketsa Desain *Merchandise* (Bendera)

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 1. 8 Sketsa Desain *Merchandise* (Payung)

Sumber : Dokumen Pribadi



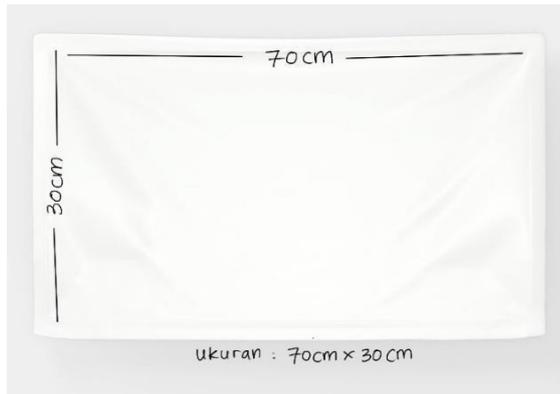
Gambar 1. 9 Sketsa Desain *Merchandise* (Totebag)

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 1. 10 Sketsa Desain *Merchandise* (Botol Minum)

Sumber : Dokumen Pribadi



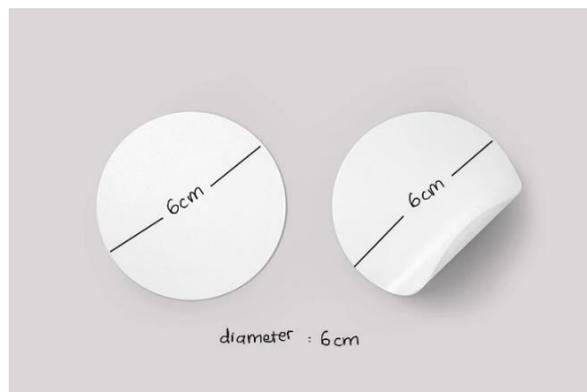
Gambar 1. 11 Sketsa Desain *Merchandise* (Handuk Sport)

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 1. 12 Sketsa Desain *Merchandise* (Gantungan Kunci)

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 1. 13 Sketsa Desain *Merchandise* (Stiker)

Sumber : Dokumen Pribadi