

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perancangan sebuah *branding identity* pada perkembangan era seperti sekarang tidak hanya dilakukan oleh *brand/merk* saja, tetapi banyak organisasi yang membuat sebuah *branding identity* untuk membentuk citra visual dan dijadikan sebagai media promosi jika organisasi tersebut menggelar sebuah acara atau suatu *event*. Karena jika bisa diumpamakan produk dari sebuah organisasi adalah *event* itu sendiri, maka perancangan *brand identity* perlu bagi sebuah *event* organisasi. Pemanfaatan *visual identity* yang sudah dirancang untuk diterapkan di berbagai macam media yang dapat menjadi sebuah tanda pengenal, cindra mata dan media promosi dari sebuah *event* yang diselenggarakan oleh suatu organisasi.

Branding identity merupakan sebuah upaya untuk mengidentifikasi dan mempromosikan merek menggunakan gambar, elemen visual, atau pengaturan visual.¹ Seperti yang dikatakan oleh Julia Rotherford Silvers dibukunya yang berjudul “*Professional Even Coordination*” ia mengatakan bahwa mengidentifikasi simbol, logo, atau representasi grafis yang terkait dengan acara atau organisasi acara adalah bentuk ‘branding’, memproyeksikan gambar dan menghubungkan produk (acara) dengan persepsi nilai yang mudah dikenali dan konsisten kepada konsumen.² Dengan merancang sebuah logo, *tone* warna, serta elemen bentuk yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan media yang lain. *Brand identity* biasanya banyak digunakan untuk media promosi sebuah bisnis, tetapi seiring

¹ E F McQuarrie and B J Phillips, *Visual Branding: A Rhetorical and Historical Analysis* (Edward Elgar Publishing, Incorporated, 2016)

² J R Silvers, *Professional Event Coordination*, The Wiley Event Management Series (John Wiley & Sons, Limited, 2012).

berjalannya waktu juga digunakan sebagai media promosi dari beberapa *event* contohnya yang sudah banyak dilakukan ialah dalam *event* olahraga.

Badan organisasi khususnya di Indonesia tumbuh berkembang pesat dalam masyarakat. Olahraga merupakan salah satu kegiatan yang menciptakan banyak organisasi di Indonesia. Semua cabang olahraga yang berkembang di Indonesia memiliki badan organisasinya sendiri-sendiri dan salah satu badan organisasi resmi olahraga di Indonesia ialah Persatuan Cricket Indonesia. Persatuan Cricket Indonesia merupakan sebuah badan resmi dalam bidang olahraga serta badan organisasi yang bertugas untuk mengembangkan cricket di Indonesia.

Mengembangkan sebuah bidang olahraga tidak hanya sekedar melatih atlet yang bergabung dalam badan organisasi tersebut, akan tetapi dengan mengadakannya berbagai *event* pertandingan atau liga yang secara tidak langsung selain melatih kemampuan atlet namun juga dapat meningkatkan eksistensi dari cabang olahraga tersebut. Persatuan Cricket Indonesia berupaya untuk terus memperkenalkan olahraga cricket kepada masyarakat dan membuktikan bahwa cricket di Indonesia juga dapat berkembang baik seperti cabang olahraga yang lain. Untuk itu Persatuan Cricket Indonesia yang merupakan member dari federasi ICC (International Cricket Council) serta mendapat support penuh dari KONI (Komite Olahraga Nasional Indonesia), KOI (Komite Olimpiade Indonesia) dan KEMENPORA (Kementrian Pemuda dan Olahraga) selalu mengadakan pertandingan atau liga cricket seperti liga antar sekolah, antar mahasiswa, antar kota, antar provinsi bahkan antar negara yang bertaraf internasional.

Dalam pengadaan event-event liga olahraga tersebut pasti membutuhkan sebuah identitas agar liga yang sedang di laksanakan banyak diketahui oleh masyarakat dan dapat dikenang. Banyak liga atau ajang olahraga yang dilaksanakan seperti contohnya liga SEA Games, ASEAN Games, dan World Cup membuat *branding identity* yaitu logo/identitas, *merchandise*, maupun maskot.



Gambar 1. 1 Logo Asian Games 2018



Gambar 1. 2 Merchandise Sea Games 2019

Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa *branding identity* untuk *event* liga olahraga juga penting guna membentuk identitas maupun citra dari liga yang akan diadakan tersebut. Maka dari itu Persatuan Cricket Indonesia sebagai badan organisasi pengembang olahraga cricket di Indonesia juga banyak mengadakan *event* cricket seperti Trophy Tour, JCA League, Kejuaraan Nasional Cricket, Cricket Independence Cup, dan lain-lain.

Pada bulan November tepatnya pada tanggal 4-9 November 2022 Persatuan Cricket Indonesia menyelenggarakan pertandingan persahabatan Indonesia VS Singapura “Bali Women’s T20i Series”. Pertandingan ini dilaksanakan di Pulau Bali, Indonesia di mana yang merebutkan liga kejuaraan internasional ini ialah Indonesia VS Singapore. “Bali Women’s T20i” ini dilaksanakan pertama kali, dan *event* tersebut sudah memiliki logo sebagai identitas dari liga tersebut. Logo dapat menunjukkan karakter dari obyek yang dia wakili. Apakah berkarakter formal, percaya diri, modern, berjiwa muda dan sebagainya.³



Gambar 1. 3 Logo "Bali Womens T20 International"

Tetapi penggunaan *visual identity* ini dirasa kurang untuk menguatkan citra dari *event* tersebut. Maka dari itu perlu merancang elemen *brand identity* yg lain agar meningkatkan *awareness* dari *event* tersebut.

Dari permasalahan di atas bisa kita ketahui bahwa Persatuan Cricket Indonesia dalam membuat *event* internasional ini belum merancang sebuah media fisik dari *branding identity* yang nantinya dapat dikenang oleh penyelenggara, peserta dan masyarakat sebagai cinderamata dari *event* tersebut. Selain sebagai cinderamata, media fisik atau *merchandise* yang akan dirancang dapat dijadikan sebagai identitas visual serta media promosi dari liga tersebut. Dalam perancangan *branding identity* tentu tidak hanya

³ Achmad Oddy Widyantoro and Astri Wulandari, 'Visual Branding Dan Digitalisasi Media Promosi UMKM Ikat Celup Purworejo Di Masa Pandemi', *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7.1 (2021), 236-41.

logo saja yang dibutuhkan, tetapi media fisik yang dibuat juga merupakan media yang sangat penting bagi suatu ajang organisasi. Bukan hanya sebagai identitas visual saja tetapi *tools* yang dirancang juga diperlukan untuk kebutuhan promosi dan secara tidak langsung akan tertanam lebih lama dibenak audiens dari cendera mata liga yang akan dilaksanakan dengan merancang *branding* yang menarik akan memberikan daya tarik tersendiri bagi audiens.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang diatas terkait dengan liga cricket yang akan diadakan oleh Persatuan Cricket Indonesia belum memiliki visual branding maka dapat dirumuskan masalah yang ada, yaitu : Bagaimana membangun dan merancang *branding identity* dari liga internasional “Bali Women’s T20 International” Indonesia VS Singapura sebagai *visual identity* ?

1.3. Ruang Lingkup

Berdasarkan kebutuhan dari badan organisasi Persatuan Cricket Indonesia, perancangan *branding identity* ini ditujukan untuk liga “Bali Women’s T20 International” sesuai dengan visual aset dari *event* liga yang akan diadakan dan juga brief dari Ketua Umum Persatuan Cricket Indonesia. Perancangan *branding identity* ini menggunakan bantuan dari *software* Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop serta melihat referensi melalui *pinterest* sebelum dilakukan desain digital, dilakukan sketsa kasar untuk beberapa media visual branding untuk liga “Bali Women’s T20 International”.

1.4. Tujuan Perancangan

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka Tujuan Perancangan Identity Logo liga “Bali Women’s T20 International” adalah untuk membuat perancangan *brand identity* dari liga yang diadakan oleh Badan Organisasi cricket di Indonesia yaitu Persatuan Cricket Indonesia agar bisa dijadikan sebagai identitas liga dan dapat menjadi media promosi dari liga tersebut agar *audience*, pemain, dan semua yang terlibat dalam liga tersebut mampu mengingat liga ini melalui perancangan *branding* yang akan dibuat.

1.5. Manfaat Perancangan

Perancangan ini dapat memberikan manfaat:

1.5.1. Manfaat akademis

1. Melalui teori dan praktek dari perkuliahan yaitu matakuliah visual branding dan visual merchandising penulis dapat mengimplementasikannya dalam objek penelitian
2. Dapat mendalami dan belajar membuat konsep perancangan visual branding untuk ajang taraf internasional.

1.5.2. Manfaat Praktis

Liga internasional “Bali Women’s T20 Indonesia” yang diadakan oleh Persatuan Cricket Indonesia menjadi memiliki *brand identity* yang dapat digunakan di liga berikutnya.

1.5.3. Manfaat Sosial

Dapat dijadikan sebagai referensi Mahasiswa/i yang melakukan perancangan skripsi aplikatif dengan subjek yang serupa. Perancangan *branding identity* yang dibuat dengan baik serta tepat sasaran dapat

meningkatkan branding dari *event* organisasi yang menjadi objek tersebut. Berpotensi untuk membangun identitas budaya karena visual aset yang dirancang memiliki simbol budaya dari suatu wilayah khususnya Bali. Serta membantu memperkuat citra positif di mata masyarakat mengenai suatu wilayah maupun organisasi yang tertera pada visual aset.

1.6. Kerangka Konsep Perancangan

