

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan perancangan *corporate identity* Bali Paintball Arena sebagai upaya mengenalkan produk kepada masyarakat ini adalah, untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas, bahwa Bali memiliki wahana permainan paintball yang tidak kalah kualitasnya dibandingkan dengan wahana paintball lainnya yang berada di luar Bali. Permainan ini kurang dikenal masyarakat sekitar karena mereka menganggap permainan *paintball* sebuah hal yang baru. Hal ini merupakan permasalahan bagi Bali Paintball Arena untuk mengenalkan permainan *paintball* pada masyarakat.

Selama ini logo yang digunakan oleh Bali Paintball Arena tidak memiliki konsistensi pada pengaplikasianya. Hal ini didasari oleh penggunaan logo yang berubah-ubah pada pengaplikasian pada media promosi terdahulu. Masalah ini juga berpengaruh pada kurang mengenalnya masyarakat luas mengenai Bali Paintball Arena. Oleh karena itu Bali Paintball Arena membutuhkan sebuah logo yang konsisten dan dapat di aplikasikan pada semua media yang akan digunakan oleh Bali Paintball Arena, sehingga dapat dikenali oleh masyarakat.

Argenti (2009: 78), dalam bukunya *Komunikasi Korporat* mengatakan *identitas* sebuah perusahaan adalah manifestasi actual dari realita perusahaan seperti yang disampaikan melalui nama perusahaan , logo, motto, produk, layanan, bangunan, alat-alat tulis, seragam, dan barang-barang bukti nyata yang

diciptakan oleh organisasi tersebut dan dikomunikasikan kepada beragam konstituen. Konstituen kemudian membentuk persepsi berdasarkan pesan yang dikirimkan oleh perusahaan tersebut dalam bentuk nyata.

Bali Paintball Arena sangat membutuhkan *corporate identity* karena “secara riil *corporate identity* dapat diwujudkan berupa kultur atau kepribadian dari organisasi maupun perusahaan, agar masyarakat mengetahui, mengenal, merasakan dan memahami filosofi-filosofi perusahaan atau organisasi tersebut” (<http://agesvisual.com>).

Menurut Asosiasi Paintball Indonesia (API) di dalam (<http://www.paintballindonesia.com>) paintball merupakan permainan perang-perangan (wargame) yang dipopulerkan di Amerika sebenarnya bermula di tahun 1970, dimana James Hale dari Daisy Manufacturing, membuat alat pertama yang melontarkan bola cat (paintball). Pada saat itu, alat ini digunakan untuk menandai (marking) pohon dan ternak. Dengan sedikit improvisasi , beberapa orang mulai menggunakan alat ini sebagai sarana main perang-perangan sebagai salah satu rekreasi di peternakan.

Permainan antar tim pertama dilakukan di Amerika bulan May 1981 walaupun di beberapa Negara bagian di Amerika masih mempertanyakan legalitas marker paintball. Seperti di New Jersey misalnya, baru di tahun 1988 marker paintball dinyatakan bukan senjata api oleh pemerintah setempat setelah diadakan uji coba di lapangan tembak polisi dan disaksikan oleh hakim. Paintball terus berkembang dan mulai merambat ke Negara-negara Eropa seperti Inggris,

Perancis dan Denmark. Untuk membedakan antara paintball dan senjata api, maka secara internasional, disebutkan senjata paintball sebagai “marker”.

Pada tahun 1992 terbentuklah NPPL (National Professional Paintball League) yang menyelenggarakan NPPL Pro-AM Series di dalam Negara-negara bagian Amerika. Alhasil, paintball mulai digolongkan sebagai olah raga, bukan sarana rekreasi lagi. Dengan perkembangan paintball yang makin pesat, terbentuklah turnamen-turnamen yang lain seperti Millenium series, X-ball, dll.

Menurut Superstudy survey, ditahun 2002, paintball sudah termasuk olahraga terpopuler urutan ke 3. Semakin banyaknya peminat olah raga ini, unsur keselamatan pemain juga makin diperhatikan. Paintball juga menempati urutan ke 3 di extreme sports rangking setelah skateboard dan wallclimbing.

Perkembangan pesat paintball bisa dirasakan setelah paintball mulai meninggalkan karakter militernya. Memang disaat paintball dimulai, kegiatan ini selalu beriringan tentara, baju loreng, dan kriteria-kriteria army look yang lain. Hasilnya, kegiatan ini hanya diikuti oleh orang-orang berbadan kekar dan maskulin saja.

Disaat paintball mulai bergeser kearah olah raga, semakin banyak penggemar kegiatan tersebut. Mulai banyak anak-anak muda dan wanita yang mulai ikut serta karena unsur “machoman” pada paintball mulai menghilang. Perlengkapan paintball pun mulai menggunakan warna-warna cerah seperti biru, merah dan kuning. Seni bermain pun berubah dari mengendap-endap ala tentara menjadi lari sambil menembak. Semakin lama paintball semakin enak untuk dilihat karena sudah tidak diadakan di hutan-hutan yang bernyamuk dan

berpohon, tetapi diadakan di hamparan rumput hijau yang dikombinasi dengan bunker beraneka bentuk dan warna, dan mudah ditonton seperti sepak bola.

Di Indonesia sendiri, paintball dibuka pertama kali di Bali sebagai sarana rekreasi. Tidak berapa lama kemudian, Brigade 3234 memperkenalkan paintball ke pulau Jawa di tahun 1996 dengan membuka lokasi di gunung Putri, Bogor. Paintball terus berkembang dengan membuka lokasi di Gunung Putri, Bogor. Paintball terus berkembang dengan dibukanya Patriot Paintball di Alam Sutera (Serpong, Tangerang), Commando Patriot (Bandung), Paintball Bali, Stage Paintball (Medan), dan sekarang sudah merambat ke Kalimantan dan Sulawesi.

Bali Paintball Arena merupakan wahana permainan paintball yang dibangun pada tahun 2010, dan berada dibawah naungan PT. Bali Kodama Wisata. Perusahaan ini menempatkan diri sebagai wahana yang khusus menyediakan permainan *paintball* dengan area yang memadai, yakni mengeksplorasi lahan seluas dua hektar dan berlokasi di pulau Bali.

Dari pernyataan di atas, disimpulkan bahwa dengan dibuatnya *corporate identity* ini diharapkan Bali Paintball Arena memiliki sebuah logo yang konsisten sehingga lebih di kenal oleh masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka perumusan masalah ini adalah:

Bagaimana merancang corporate identity Bali Paintball Arena sebagai upaya mengenalkan produk kepada masyarakat?

1.3 Batasan Masalah

Dalam perancangan ini penulis membatasi kajian agar lebih terfokus dan tidak terlalu meluas. Batasan yang digunakan dalam permasalahan, yaitu sebagai berikut:

1. Merancang *corporate identity* Bali Paintball Arena.
2. Perancangan difokuskan untuk mengenalkan Bali Paintball Arena kepada masyarakat.
3. Perancangan *corporate identity* hanya dibatasi pada logo, kartu nama, kop surat, amplop panjang, amplop besar, seragam karyawan, *t-shirt merchandise*, *sticker*, dan *Graphic Standard Manual*.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a) Untuk merancang *corporate identity* Bali Paintball Arena sebagai upaya mengenalkan produk kepada masyarakat.
- b) Untuk memberikan informasi tentang Bali Paintball Arena sebagai salah satu arena permainan paintball di Bali.
- c) Untuk merancang logo yang konsisten dan dapat di aplikasikan ke dalam *corporate identity*.

1.5 Manfaat

a) Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sumber referensi pengertian dan pemahaman tentang permainan paintball, sehingga dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan permainan paintball.

b) Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi guna mengenalkan permainan paintball sebagai salah satu permainan ekstrim yang ada di Bali melalui Bali Paintball Arena.

