

BAB III

METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA

Didalam bab ini akan di jelaskan bagaimana peneliti mendapatkan data dan cara menganalisisnya sebagai dasar pembuatan logo dan alternatif visual pendukung *corporate identity* Bali Paintball Arena.

3.1 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian terdiri dari dua metode, yakni metode kualitatif dan kuantitatif. Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh informasi lebih valid mengenai Bali Paintball Arena. Berdasarkan definisi Marshal dalam Sarwono (2006: 193), menjelaskan bahwa kualitatif didefinisikan sebagai suatu proses yang mencoba untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengurai variabel-variabel yang ada dalam penelitian.

Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, menggambarkan realitas yang kompleks, memperoleh pemahaman makna, dan menemukan teori. Dari penjelasan di atas di simpulkan bahwa, hasil yang di peroleh dari metode kualitatif adalah informasi tertulis atau lisan dari narasumber mengenai kondisi nyata dari objek penelitian.

Pengumpulan data dengan menggunakan metode kualitatif ini dapat menghasilkan data berupa teori-teori tertulis maupun pengambilan data secara

langsung di lapangan. Hasil pengumpulan data ini digunakan sebagai dasar perancangan *corporate identity* berupa unsur-unsur visual desain maupun pemilihan jenis media pendukung lainnya.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Unsur penting untuk mengetahui garis besar permasalahan yang ada pada perancangan *corporate identity* Bali Paintball Arena ini adalah melalui teknik pengumpulan data perusahaan. Pengamatan langsung yang dilakukan dilapangan digunakan untuk memperoleh hasil mengenai identitas dari perusahaan dan data penting lain mengenai permainan *paintball*. Konsep awal yang digunakan untuk merancang *corporate identity* Bali Paintball Arena mengacu pada data yang telah diperoleh.

Teknik pengambilan data yang digunakan untuk menentukan solusi dari permasalahan dalam perancangan, sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dengan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati dan pengamatan langsung suatu objek dengan periode yang telah ditentukan. Dalam hal ini observasi dilakukan dengan cara mengamati setiap sisi dari Bali Paintball Arena. Observasi ini penting untuk mengetahui lebih dalam tentang karakteristik Bali Paintball Arena.

2. Wawancara

Dalam perancangan *corporate identity* ini, wawancara dilakukan dengan pemimpin dari Bali Paintball Arena. Pernyataan diatas berdasarkan definisi Yatim

(1996: 67), mengatakan bahwa wawancara atau interview adalah metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara subjek atau informan. Hal ini dilakukan untuk memperdalam hasil dari pencarian asal-usul Bali Paintball Arena sebagai salah satu wahana permainan *paintball* yang ada di Bali.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ini dilakukan dengan cara mendokumentasikan fasilitas-fasilitas apa saja yang dimiliki Bali Paintball Arena yang berupa foto, arsip, dan seluruh gambar-gambar objek penelitian serta bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah perancangan *corporate identity* yang nantinya akan di catat. Dokumentasi ini penting untuk memperdalam data penelitian.

4. Kepustakaan

Literatur yang digunakan dalam metode ini guna mendukung seluruh data yang diperoleh dari sumber kepustakaan agar diperoleh teori-teori penunjang keabsahan data yang diperoleh dari lapangan dan mempelajari peraturan-peraturan yang berhubungan dengan penulisan.

Lingkup literatur yang digunakan pada metode ini adalah unsur yang berhubungan dengan proses perancangan *corporate identity* Bali Paintball Arena sebagai upaya mengenalkan produk kepada masyarakat, seperti buku, jurnal dan artikel yang diperoleh melalui website.

3.3 Teknik Analisis Data

Proses sistematis dalam teknik analisis data yaitu pencarian dan pengaturan wawancara, survey atau catatan lapangan, dan unsur-unsur pendukung data lainnya sebagai pemahaman, sehingga memungkinkan dijadikan pedoman untuk menampilkan data yang telah ditemukan.

3.3.1 Hasil dan Analisa Data

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara secara langsung yang dilakukan pada tanggal 23 November 2013 kepada Bapak I Made Suwardana selaku pemimpin dari Bali Paintball Arena, diperoleh hasil uraian sebagai berikut:

Wahana Bali Paintball Arena merupakan wahana permainan yang dibuka pada tahun 2010 dan berada dibawah naungan PT. Bali Kodama Wisata. Menurut beliau, pemberian nama Bali Paintball Arena karena perusahaan ini menempatkan diri sebagai wahana yang khusus menyediakan permainan *paintball* dengan area yang memadai dan berlokasi di pulau Bali. Visi dan misinya adalah memperkenalkan permainan *paintball* kepada masyarakat, sehingga lebih dikenal sebagai salah satu permainan ekstrim yang ada di Indonesia.

Bali Paintball Arena menyediakan dua arena berbeda yakni *Speed Arena* dan *Castle Island*, dengan mengeksplorasi lahan seluas dua hektar. Dua macam harga juga ditawarkan yaitu Rp. 500.000 untuk satu orang dengan paket lengkap meliputi 150 butir peluru *paintball*, dua babak permainan di dua arena berbeda, air mineral, *softdrink*, *snack*, asuransi, dan bebas biaya transportasi.

Sedangkan Rp. 350.000 untuk satu orang dengan paket reguler meliputi 100 butir peluru *paintball*, dua babak permainan di dua arena berbeda, air mineral, *softdrink*, dan asuransi.

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi. Dalam observasi yang dilakukan peneliti, ditemukan beberapa aplikasi logo dan gaya desain yang tidak konsisten. Diantaranya terdapat pada media promosi digital atau *website*, *banner*, *flyer*, poster, *branding* pada taksi, dan gambar pada merchandise *t-shirt* wahana Bali Paintball Arena. Hal ini menyebabkan Bali Paintball Arena kurang dikenal oleh masyarakat secara luas. Sehingga diperlukan adanya sebuah logo dan gaya desain yang konsisten dan dapat di aplikasikan pada semua media yang akan digunakan Bali Paintball Arena agar dikenal oleh masyarakat.

Kesimpulan yang di dapat dari hasil observasi dan wawancara kepada Bapak I Made Suwardana adalah tidak konsistennya logo dan gaya desain Bali Paintball Arena yang diaplikasikan kedalam beberapa media promosi, sehingga Bali Paintball Arena kurang di kenal oleh masyarakat luas. Diperlukan identitas yang konsisten berupa logo dan gaya desain yang dapat di aplikasikan pada semua media agar Bali Paintball dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

3.3.2 Studi Eksisting

Analisa studi eksisting ini adalah metode yang mengacu pada observasi yang telah dilakukan dalam perancangan terhadap obyek yang di teliti, logo, gaya desain, media promosi terdahulu, dan kompetitornya.

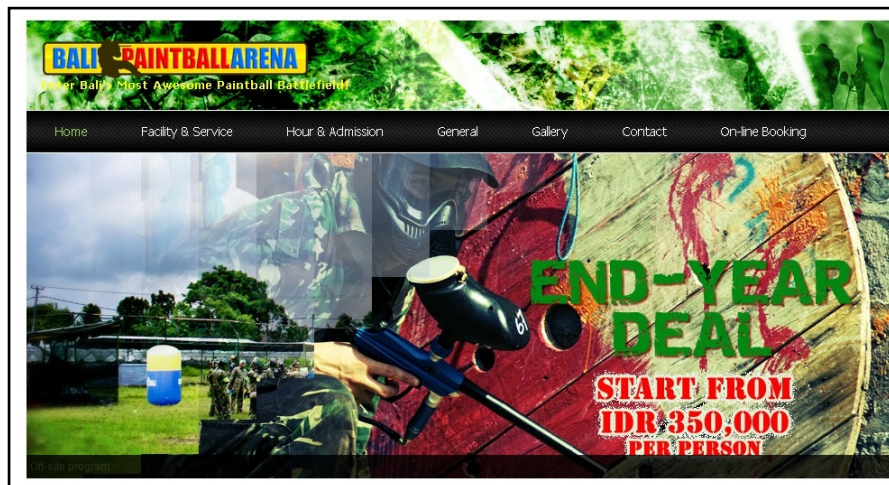
Hasil yang didapat dari studi eksisting yaitu melalui observasi yang dilakukan terhadap Bali Paintball Arena.

Pengaplikasian logo yang terdapat pada media promosi Bali Paintball Arena berupa *billboard* dan media promosi digital atau *website* sangat jauh berbeda. Pengaplikasian logo dan gaya desain pada media promosi ini tampak pada gambar 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, dan 3.5. Dapat diamati bahwa tidak konsistennya logo dan gaya desain yang diaplikasikan pada media promosi.



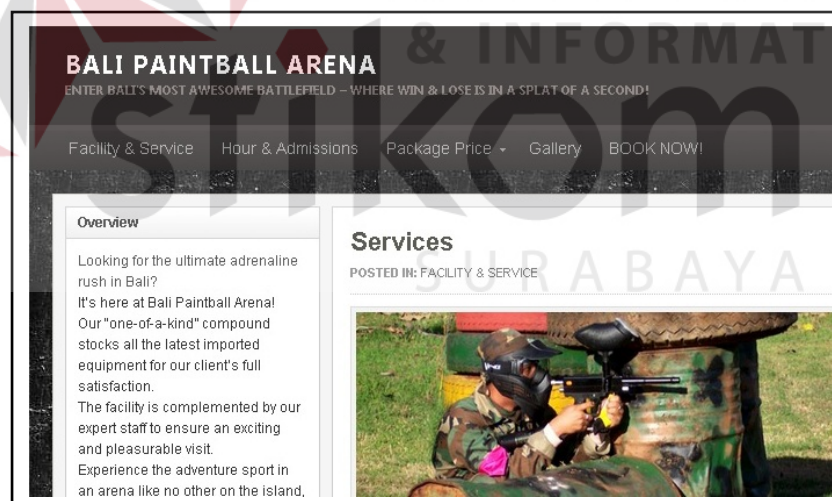
Gambar 3.1 Logo Bali Paintball Arena pada *Banner*
Sumber: (<http://www.facebook.com/paintballbali>)

Logo pada gambar 3.1 ini diaplikasikan oleh Bali Paintball Arena pada *Banner* yang ditempatkan pada bagian kanan dari *front office* dan lobi tempat pengunjung beristirahat.



Gambar 3.2 Website Bali Paintball Arena Laman *Home*
Sumber: www.balipaintballarena.com

Gambar 3.2 adalah tampilan desain laman *Home* pada website Bali Paintball Arena. Pada laman ini berubahnya logo sangat tampak jika dibandingkan dengan gambar 3.1.



Gambar 3.3 Website Bali Paintball Arena laman *Facility & Service*
Sumber: www.balipaintballarena.com

Gambar 3.3 diatas merupakan tampilan desain pada laman *Facility & Service* pada website Bali Paintball Arena. Logo pada laman ini digantikan dengan tulisan Bali Paintball Arena, sedangkan desainnya juga berbeda jika dibandingkan dengan tampilan desain laman *Home website* pada gambar 3.2.



Gambar 3.4 Flyer Bali Paintball Arena
Sumber: (<http://www.facebook.com/paintballbali>)

Gambar 3.4 merupakan desain *flyer* yang dimiliki Bali Paintball Arena, dengan perbedaan yang sangat terlihat. Pada desain *flyer* yang berada dikiri, terlihat konstruksi logo telah berubah sedangkan pada *flyer* yang berada di sebelah kanan terlihat desain yang tidak konsisten dan tidak adanya pengaplikasian logo maupun identitas dari Bali Paintball Arena, yang dapat menimbulkan tidak mengenalnya masyarakat terhadap Bali Paintball Arena.



Gambar 3.5 Branding pada Taksi Bali Paintball Arena
Sumber: (<http://www.facebook.com/paintballbali>)

Pada gambar 3.5 adalah *branding* taksi yang dilakukan oleh Bali Paintball Arena sebagai salah satu media promosi. Desain *branding* pada taksi berupa

gambar percikan cat berupa vektor dengan penambahan siluet pemain *paintball* dan penulisan alamat *website* dengan menggunakan huruf yang biasa di pakai pada komik.

3.3.3 Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor berisi tentang penjelasan mengenai kemiripan produk yang di angkat. Kompetitor pada umumnya memiliki kemiripan produk yang secara tidak langsung menjadi daya saing, maka dipilihlah wahana Paintball Bali Pertiwi. Wahana ini berdiri pada tahun 2012 lalu, dan merupakan wahana yang tidak hanya menyediakan permainan paintball melainkan merupakan sebuah kombinasi aktifitas area yang meliputi *Rafting*, *Elephant Ride*, dan *ATV Ride*.



Gambar 3.6 Logo Paintball Bali Pertiwi

Sumber: (<http://www.facebook.com/paintballbalipertiwi>)

Pada gambar 3.6 merupakan logo yang digunakan oleh Paintball Bali Pertiwi. Identitas berupa logo ini ditempatkan pada berbagai media promosi dan media lain yang berhubungan dengan Paintball Bali Pertiwi.



Gambar 3.7 Laman *Website* Paintball Bali Pertiwi
Sumber: www.paintballbalipertiwi.com

Gambar 3.7 diatas merupakan media promosi berupa *website* dari Paintball Bali Pertiwi. Isi dari *website* ini adalah berupa informasi tentang segala fasilitas yang diberikan oleh Paintball Bali Pertiwi.



Gambar 3.8 Kombinasi Aktivitas Paintball Bali Pertiwi
Sumber: www.paintballbalipertiwi.com

Pada gambar 3.8 merupakan kombinasi aktivitas yang ditawarkan oleh Paintball Bali Pertiwi yang terdiri dari *Rafting Package* atau arung jeram, *Elephant Ride Package* atau mengendarai gajah, dan *ATV Package* atau berpetualang mengendarai ATV.

Keunggulan dari Paintball Bali Pertiwi adalah memiliki kombinasi aktivitas yang digabungkan dengan permainan *paintball*. Paintball Bali Pertiwi juga memiliki kekurangan yaitu pada desain media promosi *website* yang kurang

memiliki daya jual. Selain itu kekurangan lain ialah desain arena permainan yang meniru gaya desain dari Bali Paintball Arena, pernyataan ini berdasarkan pengamatan dan penuturan dari Bapak I Made Suwardana yang berani mengklaim bahwa, Paintball Bali Pertiwi telah meniru gaya desain arena permainan dari Bali Paintball Arena, mengingat usia dari Paintball Bali Pertiwi yang terbilang baru.

3.3.4 Analisis STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

STP merupakan analisis internal mengacu pada obyek yang diteliti, dalam hal ini adalah Bali Paintball Arena. Didalam STP terdapat beberapa unsur yaitu *Segmentation, Targeting, dan Positioning*.

1) *Segmentation dan Targeting*

a. *Demografis*

- Usia : 16 – 40 tahun
- Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Siklus hidup : Belum menikah, menikah belum mempunyai anak dan menikah sudah mempunyai anak.
- Profesi : pelajar/mahasiswa, wiraswasta, wirausaha, pemerintahan.
- Kelas Sosial : Menengah sampai menengah atas.

Geografis

- Wilayah : Luar Bali.
- Ukuran kota : Sedang sampai besar.

Psikografis

- Gaya hidup : Suka permainan, suka olahraga, suka kegiatan *outdoor*, dan suka hal baru.

Behaviour

- Sikap terhadap produk : Menyukai permainan atau olahraga tembak menembak dan kegiatan yang bersifat *outdoor*.

2) *Positioning*

Positioning adalah rencana dalam bentuk komunikasi yang menyangkut masalah bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, individu, perusahaan, merk atau apa saja dalam alam pikiran mereka yang dianggap sebagai sasarannya atau konsumennya (Morissan, 2010: 72).

Dalam hal ini *positioning* dari Bali Paintball Arena adalah sebagai sebuah wahana yang khusus menyediakan permainan *paintball* dan didalamnya menawarkan permainan yang bersifat ekstrim dan penuh ketangkasan, serta dapat memacu adrenalin pengunjung.

3) Kesimpulan

Menurut data hasil analisis *segmentasi*, *targeting* dan *positioning* diatas, maka diperoleh analisis dan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Target pengunjung dari Bali Paintball Arena adalah pria dan wanita yang berasal dari golongan menengah sampai menengah keatas khususnya penyuka permainan, olahraga, kegiatan *outdoor*, dan hal-hal baru. Target pokoknya berumur 16-40 tahun, namun dalam hal ini digunakan rentan umur yang lebih

luas, akan tetapi tidak menutup kemungkinan umur diluar 16-40 tahun menjadi targetnya.

- b. *Positioning* dari Bali Paintball Arena adalah sebagai sebuah wahana yang khusus menyediakan permainan *paintball* dan didalamnya menawarkan permainan yang bersifat ekstrim dan penuh ketangkasan, serta dapat memacu adrenalin pengunjung.
- c. Hasil analisis STP diatas diperoleh berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan maupun menganalisis data-data yang ada.

3.3.5 Konsep Keyword

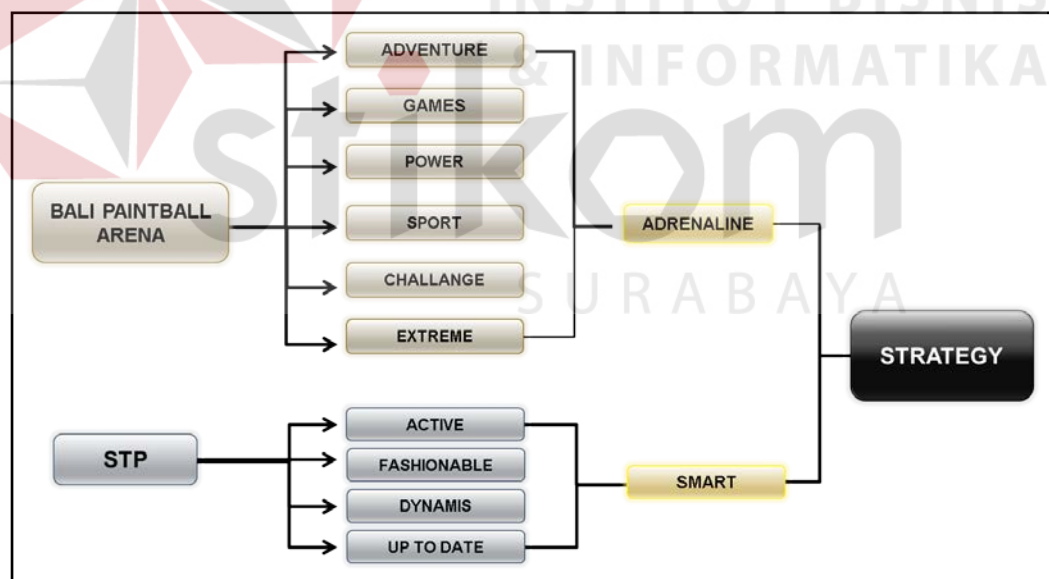
Bali Paintball Arena merupakan sebuah wahana yang khusus menyediakan permainan *paintball* dan didalamnya menawarkan permainan yang bersifat ekstrim, penuh ketangkasan, serta dapat memacu adrenalin pengunjung. Selain itu Bali Paintball Arena juga memiliki dua skenario permainan yaitu *Capture The Flag* dan *Attack and Defend*.

Didalam permainan *paintball* pada dasarnya menyuguhkan permainan yang sifatnya penuh tantangan, ekstrim, membutuhkan kekuatan, petualangan, dan dapat memacu adrenalin. Begitu juga sebaliknya, sifat-sifat tadi juga diangkat Bali Paintball Arena sebagai dasar permainannya. Tetapi Bali Paintball Arena memiliki kelemahan karena wahana ini kurang dikenal oleh masyarakat luas akibat tidak konsistennya *corporate identity* yang diaplikasikan pada media promosinya.

Oleh karena itu Bali Paintball Arena membutuhkan identitas yang konsisten agar dikenal oleh masyarakat luas dan dapat diaplikasikan pada media promosinya.

Pemilihan kata kunci atau *keyword* dari perancangan corporate identity Bali Paintball Arena ini dipilih menggunakan pedoman dasar analisis yang telah dilakukan. Hasil dari analisis data berupa observasi, wawancara, dan analisis STP digunakan untuk menentukan *keyword*.

Menurut hasil data observasi dan wawancara diperoleh beberapa kata kunci, yaitu *adventure*, *games*, *power*, *sport*, *challenge*, dan *extreme*. Kemudian dari analisis STP didapatkan pula beberapa kata kunci yaitu *active*, *fashionable*, *dynamis*, *up to date*.



Gambar 3.9 Analisis *Keyword*
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

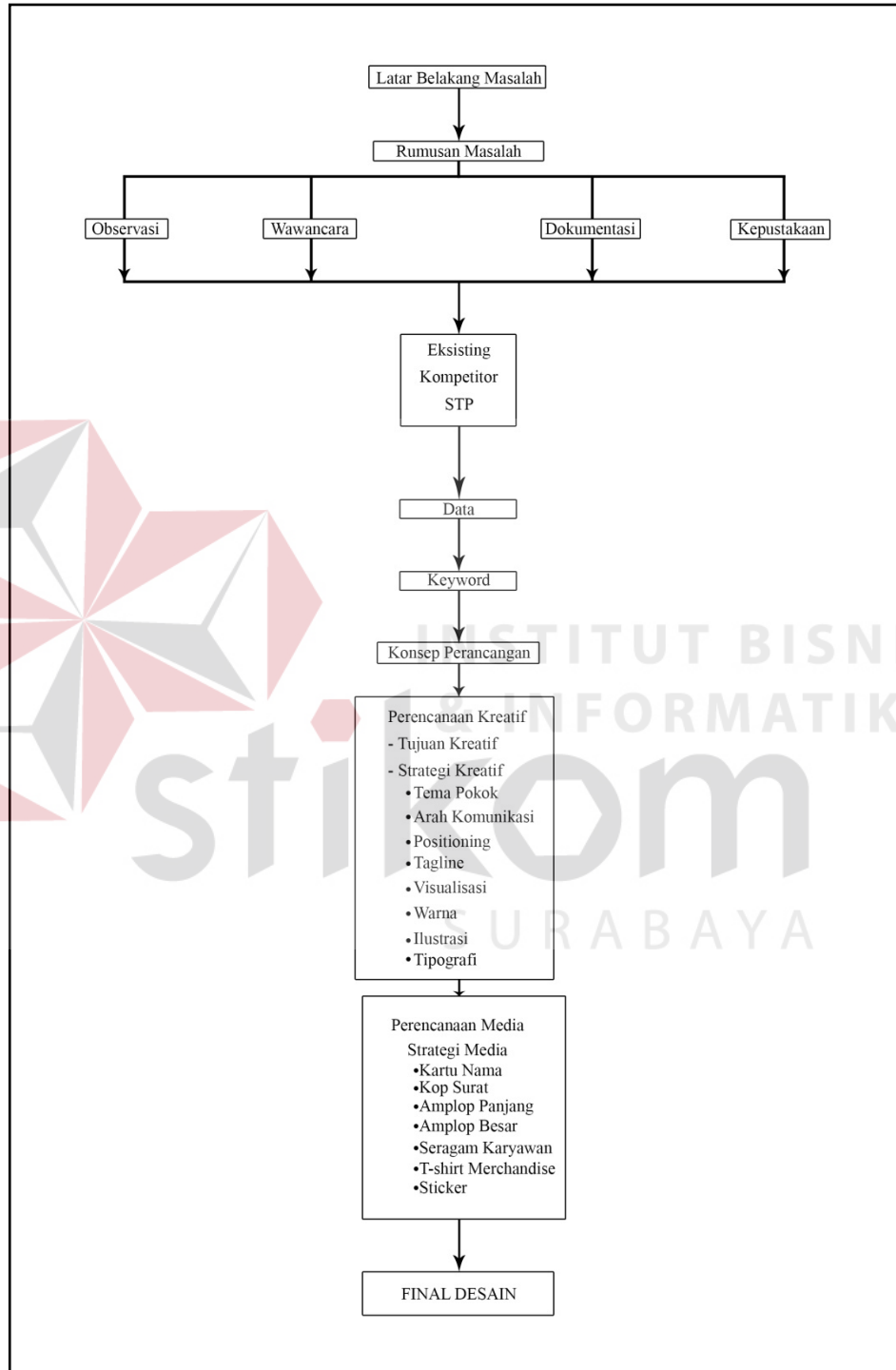
Hasil analisis keyword yaitu *adventure*, *games*, *power*, *sport*, *challenge*, *extreme*, *active*, *fashionable*, *dynamis*, dan *up to date*, kemudian dikerucutkan kembali arti dari definisinya, dan pada akhirnya dapat disimpulkan menjadi satu

kata kunci inti yang menjadi dasar perancangan *corporate identity* Bali Paintball Arena.

3.3.6 Deskripsi Konsep

Melalui hasil analisis akhir keyword, didapatkan konsep yang menjadi acuan dalam perancangan yaitu “*Strategy*”. Definisi atau deskripsi konsep dari analisis akhir keyword “*Strategy*” ini adalah penyusunan rencana dalam memecahkan suatu masalah dan penyusunan rencana di dalam sebuah tim agar dapat memenangkan suatu permainan. Dengan kata lain “*Strategy*” atau penyusunan rencana diarahkan pada bagaimana mengenalkan Bali Paintball Arena kepada masyarakat melalui *corporate identity* yang konsisten yang di kemas secara modern. Didalam permainan yang disediakan Bali Paintball Arena juga dibutuhkan “*Strategy*” atau penyusunan rencana dalam sebuah tim untuk memenangkan suatu permainan.

3.4 Konsep Perancangan



Gambar 3.10 Konsep Perancangan
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 3.10 merupakan skema atau susunan dari perancangan yang diurutkan mulai dari latar belakang, rumusuan masalah, kemudian merambah pada urutan berikutnya sampai pada akhirnya ditemukan konsep yang menjadi pedoman didalam perancangan karya.

3.5 Perencanaan Kreatif

3.5.1 Tujuan Kreatif

Dalam perancangan *corporate identity* untuk mengenalkan Bali Paintball Arena kepada masyarakat, maka dibutuhkan sebuah konsep yang matang. *Corporate identity* dalam perancangan ini berupa logo, kartu nama, kop surat, amplop panjang, amplop besar, seragam karyawan, t-shirt merchandise, dan stiker.

Kata kunci atau keyword yang telah didapatkan ini, digunakan sebagai acuan dalam memberikan visualisasi yang sesuai dengan *corporate identity* Bali Paintball Arena dalam upaya mengenalkan produk kepada masyarakat.

Kata kunci “Strategy” tersebut memunculkan tujuan kreatif visual dari perancangan *corporate identity* BPA yang dikonsep dengan tampilan visual bergaya modern dengan menghadirkan siluet pemain yang dihiasi percikan cat disekitarnya dan dikemas secara elegan. Pada setiap visual menggunakan tujuan kreatif yang memiliki daya tarik, sehingga masyarakat dapat mengenal dan mengingat Bali Paintball Arena sebagai salah satu wahana permainan *paintball* yang ada di Bali.

3.5.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan untuk merancang *corporate identity* Bali Paintball Arena sebagai upaya mengenalkan produk kepada masyarakat:

1. Tema Pokok Perancangan/*Big Idea*

Tema pokok dalam perancangan *corporate identity* Bali Paintball Arena ini adalah “*Strategy*”. Yang dimaksud dari tema ini adalah bahwa didalam permainan *paintball* yang disediakan oleh Bali Paintball Arena membutuhkan strategi dalam sebuah tim agar dapat memenangkan permainan.

2. Arah Komunikasi

Mengenalkan Bali Paintball Arena kepada masyarakat sebagai salah satu wahana permainan *paintball* yang ada di Pulau Bali.

3. *Positioning*

Menempatkan Bali Paintball Arena sebagai salah satu wahana yang khusus menyediakan permainan *paintball* yang didalamnya membutuhkan strategi sebuah tim agar dapat memenangkan permainan.

4. Tagline (Verbal)

Tagline yang dipilih untuk perancangan *corporate identity* Bali Paintball Arena adalah “Set Strategy To Win”. Tagline ini dipilih berdasarkan permainan *paintball* yang memang pada dasarnya membutuhkan strategi agar dapat memenangkan permainan tersebut. Bahasa yang digunakan didalam tagline adalah bahasa Inggris yang memiliki makna mengajak pengunjung untuk mengatur strategi agar dapat memenangkan pertandingan.

5. Visualisasi

Bentuk visualisasi menampilkan karakter, ciri khas dari produk yang hendak diperkenalkan. Untuk perancangan logo dan *corporate identity* Bali Paintball Arena, bentuk visual yang dipakai adalah :

- a. Bentuk visual yang digunakan adalah tampilan ilustrasi gambar siluet pemain dan penambahan percikan cat yang berasal dari pecahnya peluru *paintball*, serta penambahan sentuhan elegan. Kesan yang digambarkan menjadi dasar agar masyarakat dapat mengenal dan mengingat wahana permainan Bali Paintball Arena.
- b. Dalam menentukan warna yang cocok dan sesuai dengan konsep perancangan yaitu “*Strategy*”, maka warna yang dipilih yaitu: Merah yang memiliki sifat mewakili permainan *paintball* yaitu menyimbolkan energi, gairah, kuat, ambisi, pemimpin, dan tenaga. Sedangkan warna Hitam ke-abuan menyimbolkan kekuatan, kecerdasan, serius, profesional, dan mengikuti kecenderungan sosial yang mewakili konsep dari perancangan yaitu “*Strategy*”. Berikut adalah komposisi warna yang terpilih :



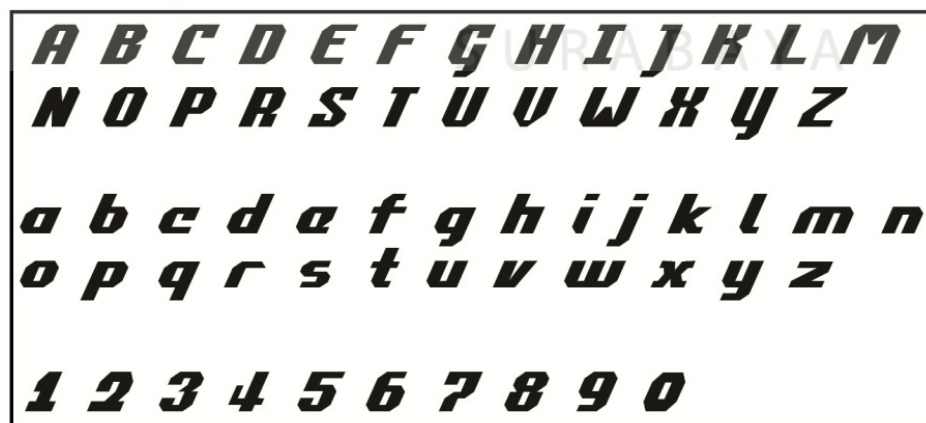
Gambar 3.11 Warna Primer dan Skunder yang Terpilih
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

- Warna Merah sebagai warna primer dengan komposisi C1, M99, Y97, K0.

- Warna Hitam keabu-abuan sebagai warna skunder dengan komposisi C68, M61, Y59, K46
- c. Ilustrasi menggunakan gambar siluet dari pemain *paintball* yang menggunakan seragam lengkap dalam posisi menembak dan percikan dari cat yang berasal dari pecahnya peluru *paintball* yang menggambarkan suasana di arena pada saat permainan *paintball* berlangsung. Ilustrasi ini digunakan untuk mewakili konsep “*Strategy*” yang ada pada Bali Paintball Arena.

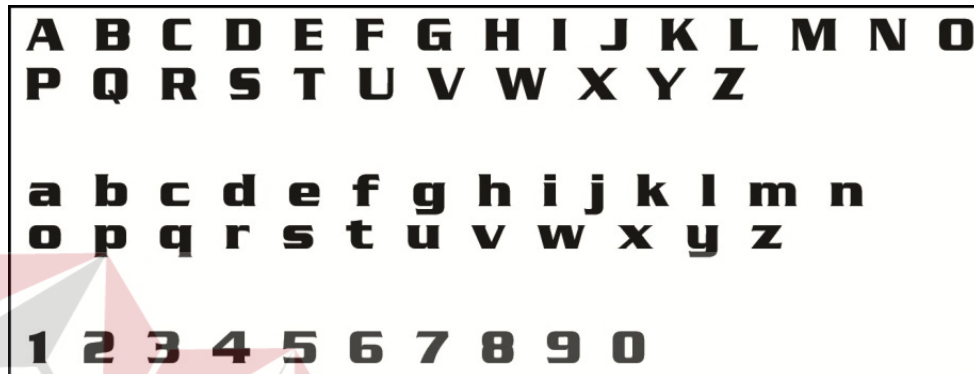
d. Pemilihan Tipografi

Mengacu pada konsep perancangan, tipografi menggunakan tipe miring atau *Italic* untuk mewakili kesan “*Strategy*” yang diperoleh pada konsep perancangan. Tipe dari font atau huruf yang dipilih menggunakan jenis *Sans Serif* yaitu “*Commonwealth Italic*” dan “*Straczynski*” agar tidak mengurangi kualitas baca pada saat di cetak. Kedua huruf ini mencerminkan kesan “*Strategy*” dengan ketebalan huruf yang tegas dan dinamis.



Gambar 3.12 Tipografi “*Commonwealth Italic*” untuk *Logotype*
 Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 3.12 merupakan tipografi terpilih yang digunakan pada penulisan *logotype* dengan tipe *font* yaitu “Commonwealth Italic”. Tipografi diurutkan sesuai dengan abjad mulai dari huruf besar, huruf kecil, dan angka. Pemilihan tipografi mengacu pada konsep perancangan.



Gambar 3.13 Tipografi “Straczynski” untuk Nama BPA dan *Tagline*
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 3.13 merupakan urutan sesuai abjad mulai dari huruf besar, huruf kecil, dan angka dari tipografi terpilih yang digunakan pada penulisan *tagline* dengan tipe *font* yaitu “Straczynski”. Pemilihan tipografi mengacu pada konsep perancangan.

3.5.3 Strategi Media

Tujuan penggunaan media adalah untuk mengenalkan identitas dari Bali Paintball Arena kepada masyarakat dengan segmentasi yang telah ditentukan. *Corporate identity* yang digunakan diantaranya berupa:

1. Kartu nama

Penggunaan kartu nama adalah sebagai identitas dan media pengenalan sehingga Bali Paintball Arena dapat selalu diingat bagi yang mendapatkan kartu

nama ini. Keunggulan dari kartu nama ini adalah fleksibel, mudah dibawa, mudah disimpan, dan menjadi pedoman masyarakat untuk mencari alamat dari BPA.

2. Kop Surat

Kop surat memiliki fungsi sebagai media untuk menulis dokumen penting yang akan dikirimkan kepada pihak lain. Kop surat ini mengacu pada kop surat pada umumnya hanya saja desainnya berpatokan pada konsep awal.

3. Amplop Panjang

Amplop Panjang ini digunakan sebagai tempat untuk kop surat yang akan dikirim. Desain dari amplop panjang ini juga menggunakan konsep dari *Keyword*.

4. Amplop Besar

Amplop Besar ini digunakan sebagai tempat untuk menyimpan dokumen penting maupun mengirim dokumen dalam jumlah yang lebih banyak dibandingkan dengan amplop panjang.

5. Seragam Karyawan

Penggunaan seragam karyawan ini sebagai identitas staff yang bekerja di Bali Paintball Arena dalam melayani pengunjung. Seragam ini juga menyesuaikan karyawan BPA yang melayani pengunjung di dalam arena, maka dipilihlah bahan t-shirt yang mudah dalam perawatannya bila sewaktu-waktu tanpa sengaja terkena cat dari para pengunjung.

6. T-shirt Merchandise

T-shirt ini merupakan cinderamata dari Bali Paintball Arena setelah bermain di wahana ini. T-shirt ini memiliki manfaat bagi BPA dalam mengenalkan produk mereka kepada masyarakat luas.

7. Sticker

Desain dari stiker ini adalah logo baru BPA yang mengacu pada konsep perancangan. Dasar pemilihan stiker ini adalah sifatnya yang banyak memiliki manfaat dalam upaya mengenalkan produk.

8. Graphic Standard Manual

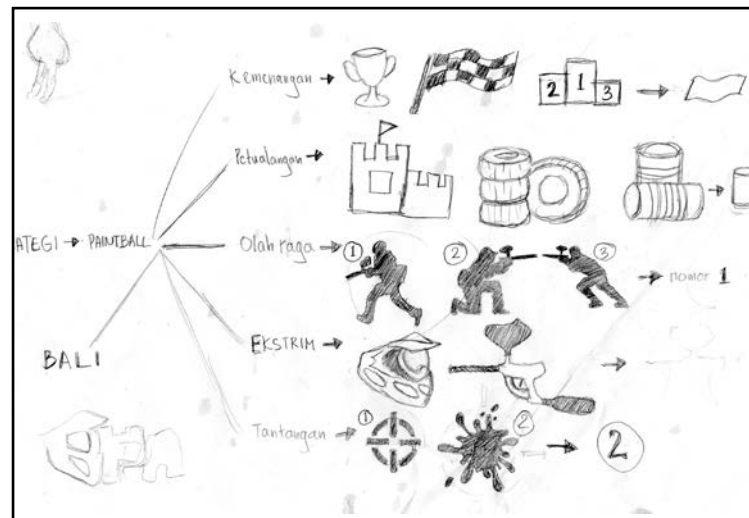
Graphic Standard Manual ini merupakan media yang sangat penting, karena di dalam GSM ini terdapat berbagai aturan pengaplikasian komponen-komponen visual pada media. Aturan pada GSM ini juga sebagai acuan penerapan identitas dan menjaga konsistensi identitas dari Bali Paintball Arena, pada saat di aplikasikan ke berbagai media.

3.6 Perancangan Karya

Berdasarkan proses yang mengacu pada perencanaan kreatif, maka dihasilkan perancangan desain sketsa dan hasil akhir desain sebagai berikut :

3.6.1 Logo

Pada perancangan *corporate identity* Bali Paintball Arena diciptakan suatu logo berupa gabungan dari logogram dan logotype yang digunakan sebagai identitas dari BPA. Logo ini dirancang berdasarkan konsep yang diperoleh dari *keyword* yaitu “*Strategy*” yang kemudian dijabarkan kembali secara definitif dan menghasilkan unsur yang menjadi dasar pembuatan logo BPA. Berikut ini adalah gambaran hasil penjabaran secara definitif mengenai karakteristik dari BPA :



Gambar 3.14 Sketsa Proses Perancangan Logo
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 3.14 merupakan sketsa dari proses perancangan logo. Proses perancangan logo berawal dari penjabaran mengenai unsur-unsur yang berhubungan dengan perusahaan, dan dapat dijadikan bentuk dasar dari perancangan logo.



Gambar 3.15 Sketsa Alternatif Logo
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 3.15 merupakan sketsa alternatif logo yang diperoleh setelah proses perancangan logo. Gambar ini berisi kumpulan sketsa alternatif logo yang dihasilkan melalui penjabaran logo



Gambar 3.16 Sketsa Final Logo
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

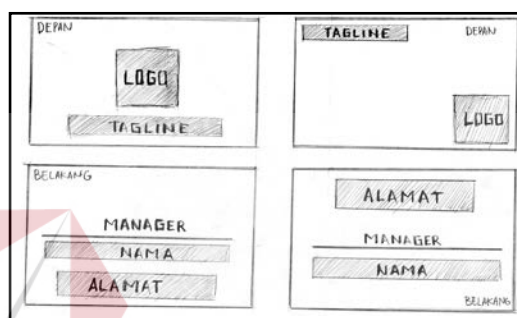
Gambar 3.16 merupakan hasil sketsa akhir yang diperoleh melalui alur dari proses perancangan logo. Alur ini meliputi sketsa dasar atau penjabaran komponen yang ada pada logo dan sketsa alternatif yang terpilih setelah proses sketsa dasar. Semua proses ini sangat dibutuhkan guna mendapatkan hasil maksimal dari perancangan logo Bali Paintball Arena.

3.6.2 Stationery Set

Desain dari *stationery set* mengacu pada konsep perancangan. Warna yang terpilih untuk diaplikasikan pada *stationery set* adalah warna Merah sebagai warna primer, dan warna hitam keabu-abuan sebagai warna skunder. *Stationery Set* yang terpilih terdiri dari kartu nama, kop surat, amplop panjang, amplop besar, seragam karyawan, t-shirt merchandise, dan stiker.

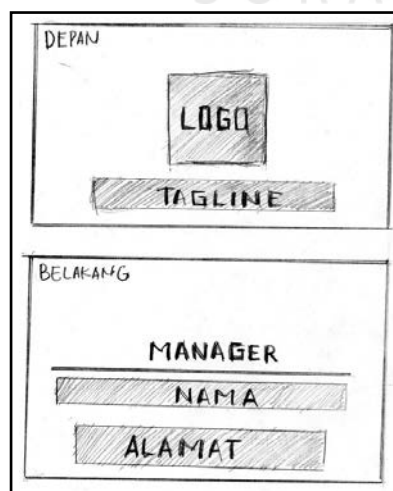
1. Kartu Nama

Desain dari kartu nama ini mengacu pada konsep perancangan. Kartu nama menggunakan gaya modern. Logo dan tagline ditempatkan pada bagian depan kartu nama, dengan latar belakang warna hitam keabu-abuan. Pada bagian belakang kartu nama berisi nama manager dan alamat perusahaan. Ukuran dimensi dari kartu nama ini adalah 9 cm x 5,5 cm.



Gambar 3.17 Sketsa Alternatif Desain Kartu Nama BPA
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 3.17 merupakan kumpulan sketsa alternatif desain yang digunakan untuk menentukan satu sketsa desain kartu nama terpilih. *Layout* pada sketsa alternatif desain menggunakan jenis *modrian layout*.

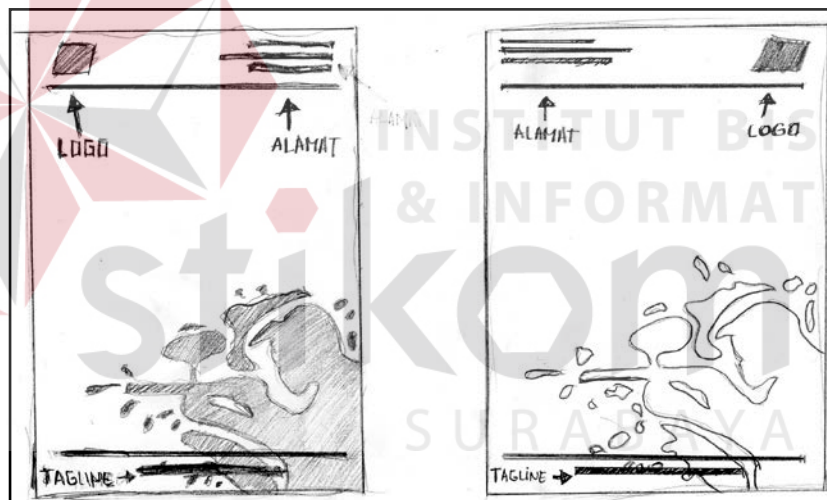


Gambar 3.18 Sketsa Desain Kartu Nama BPA yang Terpilih
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 3.18 merupakan sketsa desain kartu nama yang terpilih melalui sketsa alternatif desain. Sketsa ini digunakan sebagai pedoman pada saat mendesain kartu nama secara digital.

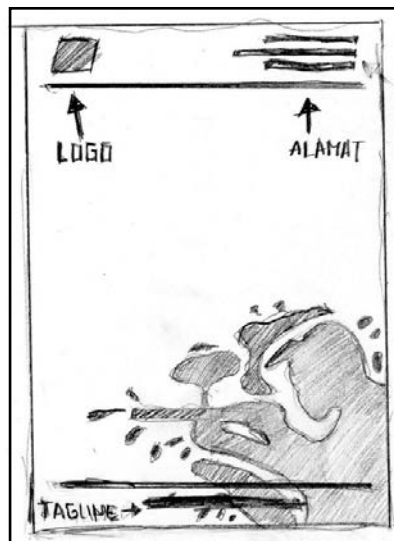
2. Kop Surat

Kop surat menggunakan gaya desain yang mengacu pada desain kop surat pada umumnya, dengan mempertimbangkan kegunaan dari kop surat tersebut. Kop surat didesain dengan memasukkan komponen-komponen yang berkaitan dengan perusahaan mulai dari logo, *tagline*, dan alamat perusahaan. Ukuran dimensi dari kop surat ini adalah A4.



Gambar 3.19 Sketsa Alternatif Desain Kop Surat BPA
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 3.19 merupakan sketsa alternatif desain yang digunakan untuk menentukan satu sketsa desain kop surat terpilih. *Layout* pada sketsa alternatif desain menggunakan gabungan dari jenis *mondrian layout* yang dipadukan dengan jenis *silhouette layout*.

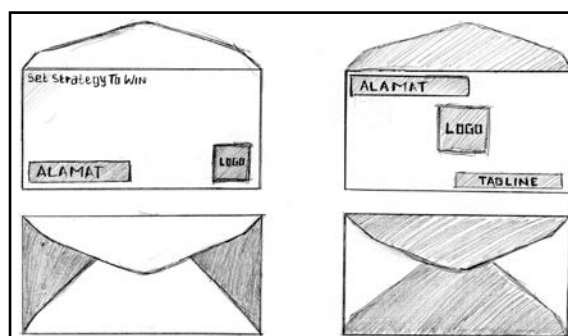


Gambar 3.20 Sketsa Desain Kop Surat BPA yang Terpilih
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 3.20 merupakan sketsa desain kop surat yang terpilih melalui sketsa alternatif desain. Sketsa ini digunakan sebagai pedoman pada saat mendesain kop surat secara digital.

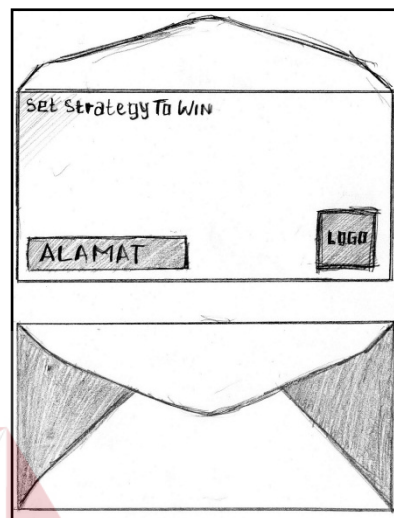
3. Amplop Panjang

Amplop panjang didesain menggunakan komposisi dengan dominasi warna hitam keabu-abuan dan penambahan warna merah sebagai penyeleras. Logo, *tagline* dan alamat perusahaan ditempatkan pada bagian depan amplop. Ukuran dimensi dari amplop panjang ini adalah 24 cm x 11,5 cm.



Gambar 3.21 Sketsa Alternatif Desain Amplop Panjang BPA
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 3.21 merupakan sketsa alternatif desain yang digunakan untuk menentukan satu sketsa desain amplop panjang terpilih. *Layout* pada sketsa alternatif desain menggunakan jenis *mondrian layout*.



Gambar 3.22 Sketsa Desain Amplop Panjang BPA yang Terpilih
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 3.22 merupakan sketsa desain amplop panjang yang terpilih melalui sketsa alternatif desain. Sketsa ini digunakan sebagai pedoman pada saat mendesain amplop panjang secara digital.

4. Amplop Besar

Desain amplop besar menggunakan warna dominan merah pada bagian depan amplop, kemudian dominan hitam keabu-abuan pada bagian belakang amplop besar. Bagian depan amplop besar di desain dengan memasukkan logo, *tagline*, dan alamat perusahaan, sedangkan bagian belakang amplop didesain menggunakan unsur *logogram* yang diletakan pada sisi kanan bawah amplop besar. Ukuran dimensi dari Amplop besar ini adalah 30 cm x 23 cm.



Gambar 3.23 Sketsa Alternatif Desain Amplop Besar BPA
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 3.23 merupakan sketsa alternatif desain yang digunakan untuk menentukan satu sketsa desain amplop panjang terpilih. *Layout* pada sketsa alternatif desain menggunakan jenis *mondrian layout* yang dipadukan dengan *shilhouette layout*.



Gambar 3.24 Sketsa Desain Amplop Besar BPA yang Terpilih
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 3.24 merupakan sketsa desain amplop besar yang terpilih melalui sketsa alternatif desain. Sketsa ini digunakan sebagai pedoman pada saat mendesain amplop besar secara digital.

5. Seragam Karyawan

Desain seragam karyawan menggunakan warna merah sebagai warna dasar. Logo dari BPA ditempatkan pada bagian depan seragam, dengan ukuran menyesuaikan unsur keterbacaan pada logo. Kemudian pada bagian belakang seragam karyawan dicantumkan *tagline* dari BPA yang diletakkan pada sisi atas. Seragam karyawan ini menggunakan satu ukuran yaitu *allsize* menyesuaikan postur dari karyawan BPA yang sebagian besar adalah laki-laki.



Gambar 3.25 Sketsa Alternatif Desain Seragam Karyawan
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 3.25 merupakan sketsa alternatif desain yang digunakan untuk menentukan satu sketsa desain seragam karyawan terpilih. *Layout* pada sketsa alternatif desain menggunakan jenis *mondrian layout* yang dipadukan dengan *shilhouette layout*.



Gambar 3.26 Sketsa Desain Seragam Karyawan BPA yang Terpilih
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 3.26 merupakan sketsa desain seragam karyawan yang terpilih melalui sketsa alternatif desain. Sketsa ini digunakan sebagai pedoman pada saat mendesain seragam karyawan secara digital.

6. *T-shirt Merchandise*

Desain dari t-shirt merchandise menggunakan warna netral yaitu putih agar kontras dengan logo BPA. Penggunaan warna putih disini juga sebagai pembeda antara desain seragam karyawan dengan desain t-shirt merchandise. Ukuran *t-shirt merchandise* ditentukan menjadi satu ukuran yaitu *size L*.



Gambar 3.27 Sketsa Alternatif Desain *T-shirt Merchandise* BPA
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 3.27 merupakan sketsa alternatif desain yang digunakan untuk menentukan satu sketsa desain *t-shirt merchandise* terpilih. *Layout* pada sketsa alternatif desain menggunakan jenis *mondrian layout* yang dipadukan dengan *shilhouette layout*.



Gambar 3.28 Sketsa Desain *T-shirt Merchandise* yang Terpilih
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 3.28 merupakan sketsa desain *t-shirt merchandise* yang terpilih melalui sketsa alternatif desain. Sketsa ini digunakan sebagai pedoman pada saat mendesain *t-shirt merchandise* secara digital.

7. *Sticker*

Desain pada sticker menggunakan logo dari Bali Paintball Arena. Warna dari desain *sticker* adalah warna asli yang memang digunakan pada logo BPA. Ukuran dimensi dari *sticker* ini adalah 7 cm x 7 cm, yang disesuaikan dengan penerapannya.



Gambar 3.29 Sketsa Desain Sticker BPA
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Gambar 3.29 merupakan sketsa desain *sticker* yang terpilih. Desain *sticker* ini menyesuaikan dengan desain logo Bali Paintball Arena. Sketsa ini digunakan sebagai pedoman pada saat mendesain *sticker* secara digital.