

# PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PERSATUAN SEPAKBOLA PACITAN

Alfian Rifqi Fauzi<sup>1</sup>, R. Hadapiningrani K., M.Ds.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> STSRD Visi Indonesia, <sup>2</sup> STSRD Visi Indonesia

<sup>1</sup> alfianmerahtua@gmail.com, <sup>2</sup> kusumohendrarto@gmail.com

## *Abstrack*

*Visual identity in football clubs plays a crucial role in building the club's image and uniqueness in the eyes of the public. Visual identity encompasses various elements such as logos, colors, typography, and uniform designs that are consistently used across various communication and promotional media of the club. These elements not only serve as marketing tools but also reflect the club's history, values, and culture. This research examines how visual identity is developed and applied by football clubs to create a strong and recognizable brand, and how this identity influences fan loyalty and perception. The study uses a qualitative approach by analyzing cases of renowned football clubs and conducting interviews with sports branding experts. The research findings show that a consistent and authentic visual identity can enhance the commercial appeal of the club, build community pride, and strengthen the emotional bond between the club and its fans. These findings provide insights for football club managers and sports marketing practitioners on the importance of strategic and well-planned visual identity development.*

*Keyword: Visual identity, Logo, Football*

## **I. PENDAHULUAN**

Identitas visual merupakan elemen yang digunakan untuk mewakili perusahaan, organisasi, atau produk seperti, logo, skema warna, desain web, gaya ilustrasi, gaya animasi, tipografi, ikon, fotografi, dan representasi estetika keseluruhan merek (Walker, 2023). Dari semua bagian identitas visual tersebut, logo masih menjadi poin paling penting dalam identitas visual. Logo pada dasarnya merupakan simbol atau gambar yang digunakan untuk merepresentasikan identitas dari suatu organisasi, perusahaan, produk, merek, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Maka dari itu jika tidak ada logo, akan sulit untuk terbentuknya elemen visual yang lain.

Dalam sebuah klub sepakbola, identitas visual tidak hanya sekadar desain logo atau seragam, tetapi juga mencerminkan nilai, sejarah, dan koneksi emosional dengan penggemar.

Identitas visual adalah tentang bagaimana cara membentuk persepsi dan menciptakan kesan melalui elemen merek yang terlihat (Levanier, 2020). Klub yang memiliki identitas visual yang kuat membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan, pengaruh, dan keterlibatan penggemar yang kuat.

Salah satu contoh klub sepakbola yang memiliki identitas visual yang baik di Indonesia adalah Bali United. Identitas visual Bali United merupakan manifestasi kuat dari nilai-nilai budaya, sejarah, dan semangat Bali yang tercermin dalam desain klub sepak bola tersebut. Identitas visual Bali United tak hanya mengenalkan tim pada ranah sepakbola, tetapi juga mempromosikan keindahan serta kearifan lokal Bali. Maka dari itu, sangat layak apabila Bali United dianggap sebagai klub sepakbola Indonesia dengan identitas visual yang baik. Namun, Tidak semua klub sepakbola di Indonesia memiliki identitas visual yang baik seperti Bali United, ada juga yang terkesan seadanya dalam membangun identitas visual, salah satunya adalah klub sepakbola asal Kabupaten Pacitan yaitu "Persatuan Sepakbola Pacitan" atau lebih dikenal dengan "Perspa". Perspa adalah klub sepakbola Indonesia yang berasal dari Kabupaten Pacitan, Provinsi Jawa Timur dan berdiri pada tanggal 22 Agustus 1958. Perspa Pacitan mulai berkompetisi lagi di Liga 3 Jawa Timur pada tahun 2018 setelah beberapa tahun sebelumnya vakum (Kiswoyo, 2020).

Sebenarnya klub ini memiliki potensi besar untuk berkembang karena memiliki pendukung atau suporter yang cukup fanatik, namun sayang tidak dibarengi dengan pengelolaan identitas tim yang baik. Perlu diketahui, identitas visual yang dimiliki oleh Perspa tidaklah cukup baik untuk sebuah klub sepakbola, dimana hanya logo klub saja yang berdiri sendiri tanpa adanya elemen visual lain. Logo klub saat ini pun terlihat kuno dan memiliki komposisi yang kompleks. Elemen-elemen seperti padi dan kapas terlihat mendominasi desain logo tersebut dan mencerminkan identitas tradisional yang mungkin relevan pada masanya. Namun, dalam konteks modern, elemen-elemen ini sudah dianggap ketinggalan zaman dan tidak lagi mencerminkan dinamika dan semangat di era sekarang. Untuk menarik perhatian generasi muda dan memberikan citra yang lebih segar dan modern, logo tersebut perlu diperbarui. Desain yang lebih minimalis dengan simbol-simbol yang lebih relevan dan dinamis dapat membantu menciptakan identitas visual yang lebih kuat serta mendukung upaya klub dalam bersaing di era yang modern seperti saat ini.



Gambar 1. Logo Perspa saat ini

Sumber: *www.pssijatim.com*

Identitas visual yang kuat tidak hanya memengaruhi klub itu sendiri, tetapi juga penggemar dan komunitas di sekitarnya. Penggemar merasa terhubung secara emosional dengan klub, bukan hanya karena prestasi mereka di lapangan, tetapi juga karena nilai-nilai dan identitas yang mereka perjuangkan. Oleh karena itu, perancangan ulang identitas visual klub ini menjadi hal yang penting untuk mengangkat citra dan identitas klub tersebut agar dapat dipandang oleh masyarakat sebagai klub yang serius dalam berkiprah di kancah persepakbolaan Indonesia.

## **II. METODE PERANCANGAN**

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan wawancara. Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi, mengidentifikasi, menggambarkan, serta menjelaskan tentang kualitas atau karakteristik dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur, atau digambarkan melalui pendekatan kualitatif (Nasution, 2023). Dalam konteks perancangan ulang identitas visual Persatuan Sepakbola Pacitan, metode ini bertujuan untuk mengungkap makna, nilai, dan persepsi yang dimiliki oleh berbagai pemangku kepentingan terhadap identitas visual klub.

Dalam menerapkan metode penelitian kualitatif, difokuskan pada mengumpulkan data sedetail mungkin serta mendalam untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana identitas visual klub dapat dirancang ulang sesuai dengan nilai-nilai inti, aspirasi,

dan harapan dari klub. Hasil dari penelitian ini kemudian dapat digunakan untuk membimbing proses perancangan ulang identitas visual yang lebih sesuai dan efektif.

Pendekatan wawancara dipilih karena lebih mudah dalam mendapatkan data sedetail mungkin serta mendalam dari narasumber yang kredibel. Narasumber dari wawancara tersebut adalah perwakilan dari manajemen klub Perspa, yaitu Bapak Nanang yang menjabat sebagai sekretaris klub.

Data dan informasi dapat terkumpul dari sesi wawancara yang telah dilaksanakan dengan Bapak Nanang selaku sekretaris klub, serta dari berbagai sumber di internet dan di media sosial khususnya Instagram. Data-data yang didapat menjadi dasar dan acuan dalam menentukan elemen-elemen yang akan diterapkan pada perancangan identitas visual.

Metode wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang efektif dalam proses perancangan kali ini. Metode ini melibatkan interaksi langsung antara pewawancara dan responden, yang dalam konteks ini adalah dengan perwakilan dari manajemen klub Perspa, yaitu Bapak Nanang yang menjabat sebagai sekretaris klub. Melalui wawancara, kita dapat mengeksplorasi aspek historis, budaya, dan emosional yang terkait dengan identitas klub yang sudah ada, serta memahami elemen-elemen yang dianggap penting untuk dipertahankan atau diperbaharui.

Dalam praktiknya, metode wawancara ini bisa dilakukan secara individual atau kelompok, menggunakan format terstruktur, semi-terstruktur, atau tidak terstruktur. Untuk wawancara dalam perancangan ini, metode yang digunakan adalah metode wawancara semi-terstruktur karena wawancara semi-terstruktur lebih fleksibel, memungkinkan pewawancara menggali informasi lebih dalam sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh responden.

Setelah data sudah terkumpul, maka berikutnya data akan di analisis. Analisis yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis SWOT, yaitu mengidentifikasi Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) dari klub.

### **III. PEMBAHASAN**

#### **1. Data Objek**

##### **a. Pacitan**

Pacitan merupakan sebuah kabupaten di Jawa Timur, Indonesia, terkenal dengan keindahan alamnya yang memesona, mencakup goa-goa misterius, pantai-pantai yang belum terjamah, dan gunung-gunung yang megah. Goa-goa di Pacitan menyajikan formasi stalaktit dan stalagmit yang indah serta suasana yang magis. Pantai-pantai di Pacitan menawarkan pasir putih yang bersih, ombak yang menantang, serta pemandangan matahari terbenam yang memanjakan mata dan menentramkan pikiran. Di sisi lain, gunung-gunung di Pacitan memberikan tantangan bagi para pendaki serta menyajikan pemandangan yang luar biasa dari puncaknya. Kombinasi dari goa, pantai, dan gunung ini menjadikan Pacitan sebagai destinasi wisata alam yang sempurna bagi para pecinta petualangan dan keindahan alam.

#### **b. Persatuan Sepakbola Pacitan (Perspa)**

Perspa adalah klub sepakbola Indonesia yang berasal dari Kabupaten Pacitan, Provinsi Jawa Timur dan berdiri pada tanggal 22 Agustus 1958. Perspa mulai berkompetisi lagi di Liga 3 Jawa Timur pada tahun 2018 setelah beberapa tahun sebelumnya vakum (Kiswoyo, 2020).

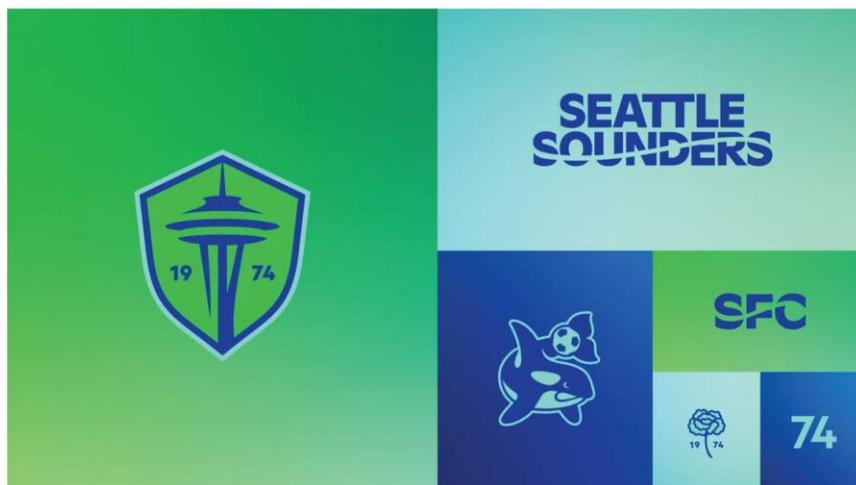
Perspa kini tengah merajut asa untuk bangkit dan kembali bersinar di kancah sepak bola nasional. Didirikan dengan semangat persatuan dan kecintaan terhadap olahraga, Perspa Pacitan telah menjadi simbol kebanggaan masyarakat Pacitan sejak lama. Klub ini, yang dulunya hanya dikenal di lingkup lokal, kini bertekad untuk mengukir prestasi lebih tinggi dengan mengembangkan bakat-bakat muda daerah serta memanfaatkan potensi lokal yang melimpah.

Dengan dukungan penuh dari pemerintah daerah dan komunitas setempat, Perspa Pacitan sedang giat memperbaiki berbagai aspek, mulai dari fasilitas latihan, manajemen tim, hingga strategi permainan. Berbagai inisiatif, seperti pembinaan usia dini dan kerjasama dengan sekolah-sekolah sepak bola lokal serta rutin mengikuti turnamen kelompok umur, dilakukan untuk memastikan regenerasi pemain berjalan dengan baik. Selain itu, Perspa juga berfokus pada penguatan mental dan fisik pemain, menyadari bahwa kesuksesan di lapangan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis semata, tetapi juga oleh semangat juang dan kerja keras.

## 2. Konsep dan Ide

Konsep dan ide dari perancangan ini salah satunya mengambil referensi dari identitas visual klub sepakbola dari Amerika Serikat yaitu Seattle Sounders. Identitas visual klub Seattle Sounders mengusung gaya minimalis modern yang memanfaatkan prinsip-prinsip sederhana, seperti penggunaan ruang negatif, tipografi yang bersih, dan penggunaan warna yang terbatas. Ini memberikan kejelasan visual yang menguntungkan dalam komunikasi pesan brand kepada audiens. Gaya desain minimalis modern cenderung memiliki garis yang bersih, elemen-elemen geometris yang sederhana, dan fokus pada esensi dari merek yang direpresentasikan.

Memahami anatomi dan jenis pada sebuah logo akan membantu untuk menentukan penciptaan sebuah logo. Maka dari itu, logo akan menjadi lebih representatif dan sesuai dengan aspek-aspek dari objek yang diangkat (Rustan, 2009).



Gambar 2. Desain Identitas Visual Seattle Sounders

Sumber: [www.seattlesoundersfc.com](http://www.seattlesoundersfc.com)

Warna merupakan persepsi yang dihasilkan otak sebab adanya interaksi cahaya dengan retina mata (Widya & Darmawan, 2016). Identitas visual Seattle Sounders menampilkan perpaduan warna hijau dan biru yang merepresentasikan kondisi geografis kota Seattle serta

landmark mereka. Penggunaan warna yang tepat pada logo dapat membantu menciptakan identitas merek yang kuat dan konsisten.

Desain logo Seattle Sounders berupa penggabungan dari bentuk-bentuk geometris sederhana dan garis-garis bersih mereferensikan bentuk dari "Space Needle" yang merupakan landmark kota Seattle, menciptakan tampilan dinamis dan elegan. Elemen-elemen ini selain memperkuat citra profesionalisme klub, juga memberikan kesan yang segar dan selaras dengan tren gaya desain modern.

### **3. Proses Perancangan**

#### **Tahap 1: Riset dan Pengumpulan Data**

##### 1. Analisis Klub:

- Mengumpulkan informasi tentang sejarah klub.
- Mengidentifikasi keunikan dan karakteristik khas Pacitan yang bisa diintegrasikan dalam identitas visual.

##### 2. *Benchmarking*:

- Menganalisis identitas visual klub sepak bola lainnya, baik lokal maupun internasional.
- Memperhatikan tren desain terkini di industri sepakbola.
- Mencatat elemen-elemen yang berhasil dan yang kurang efektif dari identitas visual klub lain.

##### 3. Wawancara:

- Melakukan wawancara dengan perwakilan dari manajemen klub Perspa.

#### **Tahap 2: Konseptualisasi**

##### 1. *Brainstorming*:

- Melakukan *brainstorming* untuk menghasilkan berbagai konsep dan ide dasar.
- Mempertimbangkan simbol-simbol apa saja yang cocok untuk mewakili Pacitan, seperti elemen alam, budaya lokal, atau ikon kota.

##### 2. *Moodboard* dan Inspirasi:

- Membuat moodboard yang berisi gambar, warna, dan gaya yang menginspirasi desain.
- Mencari referensi visual dari berbagai sumber, seperti seni lokal, alam, dan arsitektur.

### 3. Sketsa Awal:

- Membuat sketsa untuk berbagai ide logo, palet warna, dan tipografi.
- Mengevaluasi setiap sketsa berdasarkan kesesuaiannya dengan nilai-nilai dan karakter klub.

## **Tahap 3: Pengembangan Desain**

### 1. Desain Logo:

- Membuat beberapa opsi logo berdasarkan sketsa yang telah dibuat sebelumnya.
- Bereksperimen dengan bentuk, warna, dan tipografi hingga mencapai desain yang sesuai.

### 2. Palet Warna:

- Menentukan palet warna yang akan digunakan secara konsisten.
- Memastikan warna yang dipilih mencerminkan identitas dan karakter klub.

### 3. Tipografi:

- Memilih font yang sesuai dengan gaya desain dari logo dan elemen visual yang lain.
- Memastikan font mudah dibaca dan mencerminkan kepribadian klub.

## **Tahap 4: Pengujian**

### 1. *Feedback* dan Iterasi:

- Membuat file presentasi opsi desain logo dan dikirimkan kepada perwakilan dari manajemen klub Perspa untuk dapatkan *feedback*.

### 2. *Prototyping*:

- Membuat *mock-up* dari berbagai aplikasi identitas visual, seperti jersey, *merchandise*, dan media sosial.

## **Tahap 5: Finalisasi dan Implementasi**

### 1. Finalisasi Desain:

- Memperbaiki dan menyempurnakan desain akhir berdasarkan feedback.

- Membuat panduan identitas visual (*guidelines*) yang mencakup penggunaan logo, warna, tipografi, dan elemen desain lainnya.

## 2. Implementasi desain:

- Mengaplikasikannya pada merchandise seperti kaos, topi, dan bendera.

## 4. Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT, yaitu mengidentifikasi Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) dari klub. Berikut adalah analisis SWOT untuk perancangan ulang identitas visual Persatuan Sepakbola Pacitan:

### ***Strengths* (Kekuatan)**

#### 1. Dukungan Lokal:

- Adanya dukungan kuat dari komunitas lokal yang bangga terhadap klub ini.

#### 2. Keunikan Geografis:

- Pacitan terkenal dengan keindahan alam, terutama pantainya. Hal tersebut dapat menjadi elemen yang khas dan mewakili Pacitan dalam sebuah identitas visual.

### ***Weaknesses* (Kelemahan)**

#### 1. Kurangnya Dana:

- Keterbatasan anggaran menjadi kendala untuk proses rebranding dan promosi.

#### 2. Popularitas Terbatas:

- Popularitas klub yang mungkin belum setinggi klub-klub besar lainnya, sehingga membutuhkan usaha lebih untuk memperkenalkan identitas baru.

#### 3. Sumber Daya Terbatas:

- Kurangnya sumber daya manusia yang ahli dalam desain dan pemasaran visual.

### ***Opportunities* (Peluang)**

#### 1. Teknologi Digital:

- Penggunaan media sosial dan platform digital untuk memperkenalkan identitas baru secara luas.
2. Kerja Sama dengan Sponsor:
    - Peluang untuk mendapatkan sponsor baru yang tertarik dengan identitas visual yang segar dan menarik.
  3. Merchandise Baru:
    - Kemungkinan meningkatkan pendapatan melalui penjualan merchandise dengan identitas visual baru.

### ***Threats (Ancaman)***

1. Persaingan dengan Klub Lain:
  - Banyaknya klub sepak bola lain yang juga melakukan rebranding dan bersaing untuk mendapatkan perhatian penggemar.
2. Resistensi Perubahan:
  - Penggemar lama mungkin menolak perubahan identitas visual yang mereka sudah kenal dan cintai.
3. Perubahan Tren:
  - Perubahan tren desain dan estetika yang cepat bisa membuat identitas baru cepat usang.

Dengan analisis SWOT ini, klub dapat memetakan langkah-langkah strategis untuk mengatasi kelemahan dan ancaman, serta memaksimalkan kekuatan dan peluang dalam proses perancangan ulang identitas visual mereka.

## **5. Hasil**

### **a. Logo**

Logo adalah representasi visual dari sebuah merek yang berfungsi sebagai simbol identitas perusahaan. Logo adalah elemen penting dari identitas dan pesan merek yang dapat dengan cepat mengkomunikasikan kepribadian dan nilai-nilai merek. Logo adalah elemen desain grafis yang berfungsi sebagai simbol untuk mewakili sebuah merek. Logo dapat berupa wordmark, lettermark, emblem, atau brandmark, dan dapat mencakup

tipografi, bentuk, simbol, atau gambar. Logo berfungsi sebagai representasi visual dari kepribadian merek yang menciptakan pengenalan merek dan membedakan sebuah merek dari para pesaingnya. (Nużyńska, 2024)

## **b. Unsur Logo**

Logo klub memiliki desain yang memadukan elemen-elemen alam daerah Pacitan, yaitu goa, pantai, dan gunung. Struktur logo ini mencerminkan Pacitan yang dikenal kaya akan keindahan alamnya. Selain mengambil elemen alam dari Pacitan, dalam struktur logo juga terdapat elemen arsitektur berupa gapura selamat datang yang menjadi sebuah identitas dan penanda yang ikonik bagi siapa saja yang akan memasuki wilayah Pacitan.

## **c. Makna Logo**

### **1) Perisai & Goa**

Bentuk perisai mengadaptasi dari logo klub terdahulu, dengan harapan dapat mengingatkan kembali bagaimana klub ini memulai langkah menuju ke jenjang yang lebih baik lagi sebagai sebuah klub sepakbola. Bentuk perisai juga mewakili bentuk lubang dari goa/gua yang mereferensikan julukan dari Pacitan yaitu “Kota 1001 Goa”.

### **2) Gapura Selamat Datang**

Gapura selamat datang, merepresentasikan nilai-nilai budaya, sejarah, dan kearifan lokal masyarakat setempat. Gapura selamat datang adalah elemen arsitektur yang sering ditemukan di pintu masuk suatu wilayah, baik itu desa, kota, atau tempat. Di Pacitan, gapura selamat datang menjadi sebuah identitas dan penanda yang ikonik bagi siapa saja yang akan memasuki wilayah Pacitan.

### **3) Pantai, Gunung, & Matahari**

Pantai sering kali dikaitkan dengan tempat untuk mencari kedamaian dan ketenangan, merepresentasikan nilai-nilai seperti ketenangan, harmoni, dan keindahan dalam permainan sepakbola atau dalam budaya klub. Gunung yang besar

serta berdiri dengan kokoh merepresentasikan ketangguhan, kekuatan, dan semangat yang tinggi dari sebuah tim dalam setiap pertandingan yang dimainkan. Matahari yang selalu terbit dan menyinari setiap hari mewakili energi dan kehangatan dalam sebuah hubungan antara klub dan para suporter.



Gambar 3. Unsur pada Logo Perspa

Sumber: Dokumentasi pribadi

#### d. Warna

Warna telah menjadi objek penelitian oleh para ahli di berbagai bidang, beberapa diantaranya fisika, kedokteran, psikologi, pemasaran dan juga desain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa warna dapat mempengaruhi audiens (Listya, 2018), maka dari itu pemilihan warna pada logo merupakan aspek penting yang tidak boleh dikesampingkan.

Pemilihan warna monokrom biru dalam logo klub didasarkan pada kekayaan dan keindahan alam daerah tersebut. Pacitan, yang dikenal sebagai “Kota 1001 Goa” serta memiliki berbagai pantai yang indah dengan air laut yang jernih dan biru. Warna biru dalam logo klub mencerminkan laut yang tenang dan luas, memberikan kesan damai dan stabil, sekaligus menggambarkan semangat dan ketangguhan tim. Selain itu, warna biru juga melambangkan kesetiaan dan kepercayaan, yang diharapkan menjadi dasar dari hubungan antara klub, pemain, dan pendukungnya. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen alam ini ke dalam identitas visual klub, warna monokrom biru menjadi simbol kebanggaan lokal dan harapan akan prestasi yang gemilang di dunia sepakbola.

Penggunaan warna monokrom biru pada logo klub memiliki beberapa sisi teknis yang perlu diperhatikan untuk memastikan bahwa desain logo tersebut tidak hanya estetis,

tetapi juga fungsional dan relevan. Pemilihan warna biru monokrom memberikan kesan yang kuat dan solid. Dalam desain monokrom, turunan dari warna biru terang ke gelap dapat digunakan untuk menciptakan kedalaman dan dimensi, memberikan logo tampilan yang dinamis tanpa kehilangan kesederhanaan yang elegan.

Secara teknis, penting untuk memastikan bahwa warna biru yang digunakan dalam logo tetap konsisten di berbagai media, baik itu cetak maupun digital. Penggunaan kode serta format warna seperti CMYK untuk cetak dan RGB untuk digital adalah langkah penting untuk memastikan warna yang ditampilkan sesuai dengan desain asli. Selain itu, memastikan bahwa logo terlihat jelas dan tajam pada berbagai ukuran adalah aspek teknis yang harus diperhatikan. Logo harus tetap terbaca dan mudah dikenali, bahkan ketika ditampilkan pada ukuran yang sangat kecil, seperti pada merchandise atau media sosial.

Awan Putih	F4F4F4
Langit Biru	89C7E0
Laut Biru	2871A8
Samudra Biru	12274B

Gambar 4. Skema Warna Logo Perspa

Sumber: Dokumentasi pribadi

Penggunaan warna monokrom biru juga mempermudah proses reproduksi logo di berbagai material, seperti pada kain untuk jersey dan merchandise atau pada berbagaimedia digital. Konsistensi warna dan kesederhanaan desain membuat proses ini lebih efisien dan mengurangi kemungkinan kesalahan produksi.

Secara keseluruhan, sisi teknis penggunaan warna monokrom biru pada logo klub sepak bola Pacitan mencakup pemilihan warna yang tepat, konsistensi warna di berbagai media, penggunaan teknik vektor untuk skalabilitas, dan kemudahan reproduksi pada berbagai material. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, logo tersebut dapat menjadi representasi visual yang kuat dan efektif untuk klub.

#### e. Hasil Akhir Logo

Logo klub menggunakan format logo emblem karena beberapa alasan yang berkaitan dengan identitas, estetika, dan tradisi. Logo emblem adalah jenis desain logo yang menggabungkan teks dan gambar menjadi satu unit yang kohesif. Dalam logo emblem, teks biasanya diapit dalam simbol atau ikon, menciptakan elemen visual yang terpadu dan terintegrasi (Rakib, 2024). Secara historis, format emblem telah digunakan oleh banyak klub sepakbola di seluruh dunia termasuk dengan logo Persatuan Sepakbola Pacitan yang terdahulu, yang mencerminkan simbol kekuatan, kebanggaan, dan persatuan. Format emblem memungkinkan penggunaan elemen-elemen desain yang kaya dan detail, seperti simbol daerah, warna khas, dan elemen lokal yang memperkuat hubungan emosional antara klub dan para penggemar atau suporter. Emblem yang digunakan berupa bentuk perisai yang mengadaptasi dari logo klub terdahulu guna mempertahankan elemen identitas yang sudah dikenal oleh khalayak dan juga pembaharuan tampilan mencerminkan perkembangan atau perubahan yang masih menjaga kontinuitas visual dengan memberikan sentuhan baru yang diperlukan.



Gambar 5. Hasil Perancangan Logo Perspa

Sumber: Dokumentasi pribadi

Sebagai alternatif, logo klub juga dilengkapi dengan logomark dan logotype yang lebih sederhana dan fleksibel untuk berbagai keperluan. Definisi Logotype (teks) adalah berupa nama merek atau perusahaan yang ditampilkan dengan gaya tipografi yang unik dan karakteristik, sementara logomark (simbol atau ikon) terdiri dari elemen-elemen geometris mewakili konsep atau nilai-nilai tertentu yang ingin disampaikan tanpa kata-kata (Yuwono, 2021).

*Logomark* terdiri dari simbol unsur pantai, gunung, dan matahari dipadukan dengan elemen grafis minimalis yang tetap mencerminkan identitas klub. Sementara itu, *logotype* menampilkan nama klub dengan tipografi yang modern dan elegan, memberikan kesan profesional dan dinamis. Alternatif logo ini dirancang agar dapat digunakan dalam berbagai media dan ukuran, mulai dari seragam pemain hingga materi promosi digital, tanpa kehilangan esensi dan identitas klub sepakbola Pacitan.

#### **f. Pengaplikasian**

Pengaplikasian logo pada jersey, kaos, dan topi memiliki beberapa alasan teknis. Logo berfungsi sebagai identitas visual yang memungkinkan identifikasi langsung oleh suporter atau penonton. Dalam konteks olahraga, logo pada jersey membantu penggemar dengan mudah mengenali tim favorit mereka di lapangan. Selain itu, logo juga memberikan elemen profesionalisme dan kepercayaan.

Penggunaan logo pada merchandise seperti kaos dan topi memungkinkan organisasi atau tim untuk memperluas jangkauan branding mereka. Setiap kali seseorang mengenakan merchandise tersebut, mereka secara tidak langsung mempromosikan merek atau tim kepada orang-orang di sekitar mereka. Dari sisi teknis, proses aplikasi logo pada bahan tekstil menggunakan teknologi seperti sablon, bordir, atau printing digital. Setiap metode memiliki keunggulan tersendiri, misalnya, sablon menghasilkan cetakan yang tahan lama dan cocok untuk produksi massal, sedangkan printing digital menawarkan fleksibilitas dalam desain dengan resolusi tinggi. Penggunaan logo juga mendukung upaya perlindungan merek dan pencegahan pemalsuan. Dengan teknologi canggih, logo dapat disematkan dengan elemen-elemen keamanan tertentu, seperti hologram atau tinta khusus, yang membuat produk lebih sulit untuk dipalsukan.

Secara keseluruhan, pengaplikasian logo pada jersey, kaos, dan topi bukan hanya soal estetika, tetapi juga berkaitan dengan aspek branding, pemasaran, dan teknologi produksi yang mendukung nilai komersial produk.



Gambar 5. Pengimplementasian Logo Perspa

Sumber: Dokumentasi pribadi

#### **IV. KESIMPULAN**

Identitas visual yang kuat membantu dalam pencitraan dan pengidentifikasian terhadap suatu entitas atau merek. Ketika seseorang melihat logo atau warna tertentu, mereka akan dengan mudah mengenali serta mengidentifikasi suatu merek (Oppelt, 2023). Perancangan ulang identitas visual Persatuan Sepakbola Pacitan ini diharapkan tidak hanya memperkuat identitas visual klub, namun juga meningkatkan keterlibatan dan kebanggaan para manajemen, suporter, serta masyarakat Pacitan. Dengan identitas visual yang lebih segar dan profesional, klub diharapkan dapat menarik perhatian sponsor potensial dan mendukung pengembangan sepak bola di Pacitan secara lebih luas. Secara keseluruhan, perancangan ulang ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang konsisten, relevan, dan mampu merepresentasikan semangat serta aspirasi klub dan seluruh masyarakat Pacitan.

#### **V. DAFTAR PUSTAKA**

**Referensi dari website:**

Walker, Tim. (2023). "How to Create a Strong Visual Identity: The Foundation of Your Brand's Success". <https://coschedule.com/marketing/branding/visual-identity>

Levanier, Johnny. (2020). "Visual identity: everything you need to know about this essential aspect of branding". <https://99designs.com/blog/logo-branding/visual-identity/>

Kiswoyo, Devid Dwi. (2020). "Perspa: Kebanggaan Pacitan yang Terlupakan". <https://fandom.id/perspa-kebanggaan-pacitan-yang-terlupakan/>

Nużyńska, Weronika. (2024). "What is Logo". <https://localo.com/marketing-dictionary/what-is-logo>

Rakib, Rashad (2020). "7 Types of LOGO". <https://medium.com/@crickshorts02/7-types-of-logo-c69496b7735d>

Oppelt, Julian. (2023). "What Is a Visual Identity and Why Does It Play a Crucial Role in Branding?". <https://www.thebrandingjournal.com/2023/05/visual-identity/>

**Referensi dari buku:**

Nasution, Abdul Fattah. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Harva Creative

Rustan, Suriyanto. (2009). Mendesain LOGO. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Widya, Leonardo Adi Dharma & Darmawan, Andreas James. (2016). Pengantar Desain Grafis. Jakarta: Kursus dan Pelatihan

**Referensi dari jurnal:**

Yuwono, Budi. 2021. Perancangan Redesain Logo LPI Salsabila dengan Mengaplikasikan Prinsip Gestalt. *Aksa Jurnal Komunikasi Visual*. Vol. 5, No. 1, Hal: 732-742

Listya, Ariefika. 2018. Konsep dan Penggunaan Warna dalam Infografis. *Jurnal Desain*. Vo6. 5, No. 1, Hal: 10-19.

## VI. Lampiran

### 1. Lembar Persetujuan Pembimbing

LEMBAR PERSETUJUAN

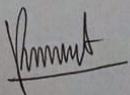
PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PERSATUAN  
SEPAKBOLA PACITAN



Disusun Oleh:  
Alfian Rifqi Fauzi  
11201008

PROGAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
STRATA 1  
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA  
(2024)

Menyetujui  
Dosen Pembimbing  
Tanggal: 17 Juli 2024



**R Hadapiningrani K, M.Ds.**  
NIDN. 0524079001

## 2. Lembar Pengesahan

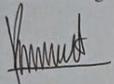
LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PERSATUAN  
SEPAKBOLA PACITAN**



Tugas Akhir/Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di  
hadapan tim penguji Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia  
Pada tanggal 21 Juli 2023 di STSRD VISI Yogyakarta

**Dewan Penguji**

Pembimbing	Ketua Penguji
	
<b><u>R Hadapiningrani K, M.Ds.</u></b>	<b><u>Dian Prajarini, S.T., M.Eng.</u></b>
NIDN. 0524079001	NIDN. 0624078401

Mengetahui,

Ketua STSRD VISI	Ketua Jurusan
<b><u>Wahyu Tri W., M.Sn</u></b>	<b><u>Dwisanto Savogo, M.Ds</u></b>
NIDN. 0526047001	NIDN. 0510128401

### 3. Lembar Konsultasi



F.STSRD VISI/B.5

SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

LEMBAR KONSULTASI  
BIMBINGAN SKRIPSI S1  
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : *Alfian Rifqi Fauzi* NIM : *11201008*  
SEMESTER : *8 (Delapan)* TAHUN AKADEMIK : *2023/2024*  
JUDUL SKRIPSI : *Perancangan Ulang Identitas Visual Persatuan Sepakbola Pacitan*  
PEMBIMBING : *R. Hadapiningrani K., M.Ds*

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
21 Maret 2024	Penyempurnaan judul	mencari referensi dari skripsi perancangan yang sudah ada	
1 April 2024	Pencarian data menggunakan metode wawancara	bertemu dengan pengurus klub	
15 April 2024	Data yang sudah diperoleh harus diolah lagi	dicari poin utamanya	
2 Mei 2024	Buat dua opsi logo	konsep dari dua logo lebih dibedakan lagi	
17 Mei 2024	Buat satu opsi logo lagi	menggunakan mind mapping	
21 Mei 2024	Buat satu opsi logo lagi dan latar belakang	melakukan brainstorming yang mendalam agar konsep logo tidak monoton	
28 Mei 2024	Warna pada logo lebih diperhatikan	jangan mengacu hanya pada satu layar gadget	
30 Mei 2024	Isi jurnal masih kurang mendalam dan perlu ditambah	mencari referensi dari jurnal lain	

Ketua Jurusan :

( Dwisanto Sayogo, M.Ds )

Pembimbing,

( ..... )



SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

LEMBAR KONSULTASI  
BIMBINGAN SKRIPSI S1  
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : *Alfian Rifqi Fauzi* NIM *11201008*  
SEMESTER : *8 (Delapan)* TAHUN AKADEMIK : *2023/2024*  
JUDUL SKRIPSI: *Perancangan Ulang Identitas Visual Persatuan Sepakbola Pacitan*  
PEMBIMBING : *R. Hadapiningrani K., M.Ds*

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
24 Juni 2024	Isi dari panduan logo harus ditambah lagi	mencari referensi dari panduan logo yang lain	
1 Juni 2024	Jurnal perlu ditambah kutipan	mencari referensi dari jurnal lain	
2 Juli 2024	Isi jurnal perlu dirapikan lagi secara penyusunan	mencari referensi dari jurnal lain	
3 Juli 2024	Panduan logo perlu ditambahkan bagian deskripsi serta pada jurnal perlu ditambahkan kesimpulan dari SWOT	kerjakan dengan semaksimal mungkin.	

Ketua Jurusan :

Pembimbing,

( Dwisanto Sayogo, M.Ds )

( )

#### 4. Dokumentasi Proses Penelitian



## 5. Dokumentasi Sidang

