

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL SEBAGAI
BRANDING SEKOLAH SEPAK BOLA GAMA
YOGYAKARTA**



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Oleh:

Salsabilla Aulia Rahma

NIM 1812485024

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir Penciptaan berjudul:

Perancangan Identitas Visual Sebagai *Branding* Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta diajukan oleh Salsabilla Aulia Rahma, NIM. 1812485024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada hari Kamis tanggal 12 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

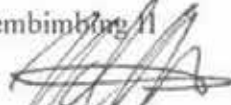
Pembimbing I



Dr. Sn. Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.

NIP 196502091995121001/NIDN 0009026502

Pembimbing II



FX Widyatmoko, S.Sn., M.Sn.

NIP 197507102005011001/NIDN 0010077504

Cognate/Anggota



Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn.

NIP 198106152014041001/NIDN 0015068106

Koordinator Program Studi



Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn.

NIP 199002152019032018/NIDN 0015029006

Ketua Jurusan Desain



Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn.

NIP 197301292005011001/NIDN 0029017304

Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Rupa

Institut Seni Yogyakarta



Muhammad Sholahudin, S.Sn., M.T.

NIP 197010191999031001/NIDN 0019107005

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salsabilla Aulia Rahma

NIM :1812485024

Fakultas : Seni Rupa dan Desain

Jurusan : Desain

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh materi dalam perancangan saya yang berjudul **PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL SEBAGAI BRANDING SEKOLAH SEPAK BOLA GAMA YOGYAKARTA**, yang dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Desain dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Karya ini sepenuhnya hasil pemikiran saya dan belum pernah diajukan oleh pihak lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 12 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Salsabilla Aulia Rahma

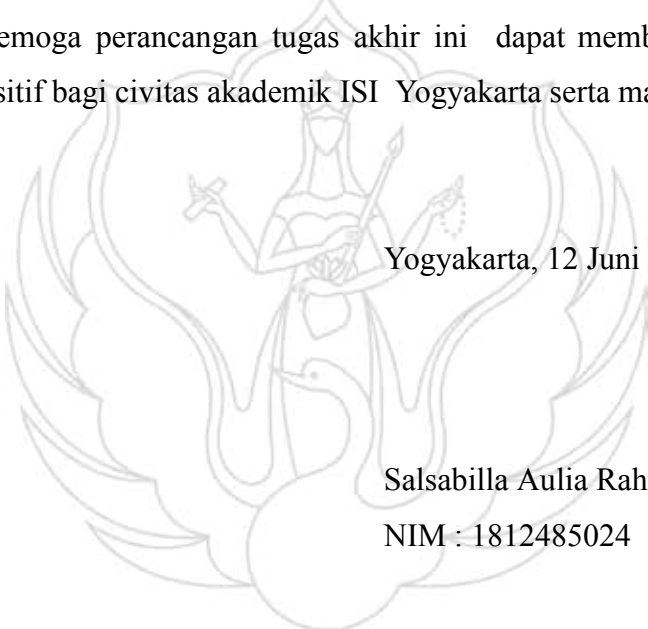
NIM. 1812485024

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Identitas Visual Sebagai Branding Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta dengan lancar.

Selain sebagai persyaratan untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dari segi penulisan maupun karya di dalamnya.

Maka dari itu, penulis sangat menghargai kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga perancangan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan dampak positif bagi civitas akademik ISI Yogyakarta serta masyarakat luas.



Yogyakarta, 12 Juni 2025

Salsabilla Aulia Rahma

NIM : 1812485024

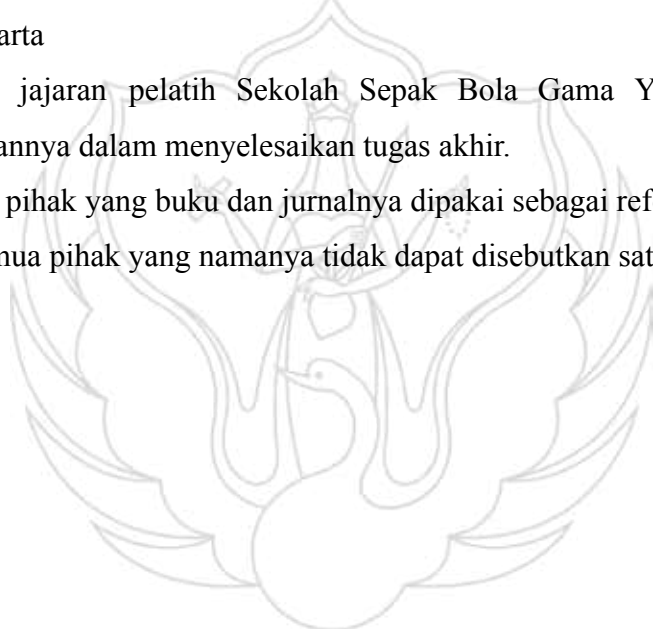
UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan kasih sayang-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan Tugas Akhir yang berjudul “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL SEBAGAI BRANDING SEKOLAH SEPAK BOLA GAMA YOGYAKARTA”.

Tugas akhir ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang membantu secara langsung maupun tidak langsung. Maka kami ucapkan terima kasih atas keikhlasan dalam memberikan kenyamanan dan atas banyak ajaran dan ajaran yang tak ternilai harganya. Dengan rasa hormat dan kerendahan hati, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya:

1. Bapak Dr. Irwandi, M.Sn., Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T., Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn., Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Ibu Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn., Koordinator Program Studi
5. Bapak Dr.Sn. Drs. Hartono Karnadi, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah sabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi pengarahan, saran dan kritiknya selama proses penyusunan Tugas Akhir.
6. Bapak FX. Widyatmoko, S.Sn., M.Sn., Dosen Pembimbing II, yang telah sabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi pengarahan, saran dan kritiknya selama proses penyusunan Tugas Akhir.
7. Bapak Edi Jatmiko, M.Sn., Dosen Wali atas semua bantuan dan bimbingannya.
8. Seluruh jajaran dosen dan karyawan program studi Desain Komunikasi Visual. Atas semua bimbingan ilmu pengetahuan yang diberikan selama perkuliahan.

9. Almh. Ibu Emy Yuliana, S.E., Mama saya yang selama hidupnya mendedikasikan hidupnya untuk mendidik saya dan menjadi penyemangat untuk menyelesaikan perkuliahan yang sudah ditempuh.
10. Isa Maulana, suami saya yang sudah mengupayakan segala hal yang terbaik untuk saya, memastikan saya selalu bahagia, dan membantu saya dalam perancangan ini .
11. Nadia Fara Kaila Putri, saudara sepupu saya yang sudah membantu saya dalam pencarian data untuk penulisan saya.
12. Bapak Sukolisno Santoso, selaku ayah tiri yang sudah membantu dalam *financial* selama perkuliahan ini.
13. Bapak Susilo Harso selaku pelatih utama Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta
14. Seluruh jajaran pelatih Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta, atas dukungannya dalam menyelesaikan tugas akhir.
15. Seluruh pihak yang buku dan jurnalnya dipakai sebagai referensi.
16. Dan semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Salsabilla Aulia Rahma
NIM : 1812485024
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni Rupa dan Desain
Jenis : Tugas Akhir Perancangan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Identitas Visual Sebagai Branding Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta. Dengan ini menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak bebas royalti kepada Perpustakaan ISI Yogyakarta atas penulisan karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan, serta menampilkannya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikannya, serta menampilkannya dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada Perpustakaan ISI Yogyakarta tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Perpustakaan ISI Yogyakarta dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 25 Mei 2025

Yang Menyatakan,
Salsabilla Aulia Rahma

ABSTRAK
Perancangan Identitas Visual sebagai *Branding*
Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta

Oleh Salsabilla Aulia Rahma

Perkembangan dunia olahraga anak-anak mendorong institusi seperti sekolah sepak bola untuk memiliki identitas visual yang kuat dan representatif guna membangun citra yang profesional dan mudah dikenali oleh masyarakat. Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta sebagai salah satu SSB tertua di Yogyakarta belum memiliki sistem identitas visual yang konsisten, sehingga membutuhkan perancangan identitas visual sebagai bagian dari strategi branding. Tujuan utama dari perancangan ini adalah menciptakan identitas visual yang konsisten dan representatif untuk Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta, salah satu sekolah sepak bola tertua di Yogyakarta. Identitas visual dirancang untuk meningkatkan brand awareness melalui elemen-elemen seperti logo, warna, tipografi, dan *supergraphic*, yang mencerminkan nilai inti organisasi, yaitu sportivitas, inklusivitas, dan pembinaan usia dini. Metode perancangan melibatkan analisis SWOT, wawancara, dan observasi untuk memastikan solusi desain sesuai kebutuhan. Hasil dari perancangan ini mencakup sistem identitas visual yang dapat diterapkan pada media komunikasi, merchandise, dan aktivitas promosi, bertujuan untuk memperkuat citra Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta di mata masyarakat.

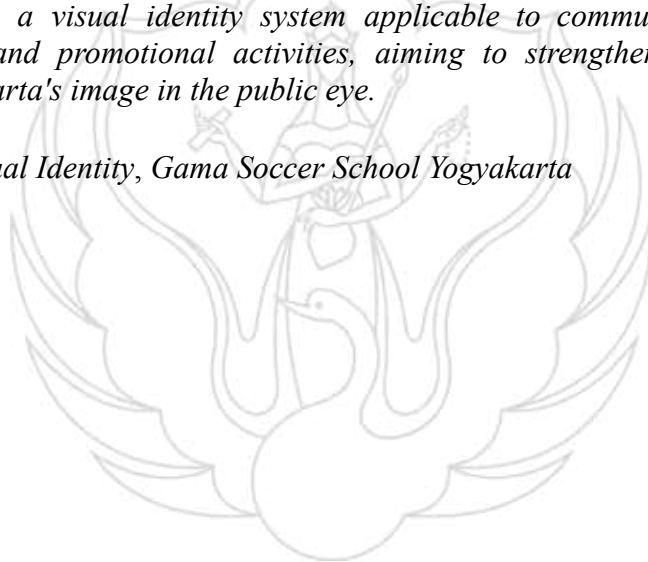
Kata Kunci : Identitas Visual, Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta

ABSTRACT
***Designing Visual Identity as Branding
for Gama Soccer School Yogyakarta.***

By Salsabilla Aulia Rahma

The growing development of children's sports highlights the importance for institutions such as soccer schools to build a strong and representative visual identity to establish a professional image and increase public recognition. Gama Soccer School Yogyakarta, as one of the oldest soccer schools in Yogyakarta, currently lacks a consistent visual identity system, making the development of its branding essential. The primary goal of this study is to create a consistent and representative visual identity for Gama Soccer School Yogyakarta, one of the oldest soccer schools in Yogyakarta. The visual identity is designed to enhance brand awareness through elements such as logos, colors, typography, and supergraphics that reflect the organization's core values: sportsmanship, inclusivity, and youth development. The design process involves SWOT analysis, interviews, and observations to ensure the solutions meet the identified needs. The results include a visual identity system applicable to communication media, merchandise, and promotional activities, aiming to strengthen Gama Soccer School Yogyakarta's image in the public eye.

Keywords: Visual Identity, Gama Soccer School Yogyakarta



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Perancangan.....	4
D. Batasan Lingkup Perancangan.....	4
E. Manfaat Perancangan.....	4
1. Manfaat Teoritis.....	4
2. Manfaat Praktis.....	4
a. Manfaat bagi Lembaga.....	4
b. Manfaat bagi Mahasiswa.....	5
c. Manfaat bagi Instansi.....	5
d. Manfaat bagi Media Massa.....	5
e. Manfaat bagi Target Audience.....	5
F. Definisi Operasional.....	5
1. Brand.....	5
2. Branding.....	5
3. Identitas Visual.....	6
G. Metode Perancangan.....	6
1. Metode Pengumpulan data.....	6
H. Metode Analisis Data.....	7
1. Analisis Deskriptif & Kualitatif.....	7
2. SWOT.....	8
I. Konsep Perancangan.....	9
1. Citra Visual.....	9
2. Warna Utama.....	9
3. Logo.....	9

4. Tipografi.....	9
J. Skematika Perancangan.....	10
1. Tahap Penelitian.....	10
2. Tahap Konseptualisasi.....	10
3. Tahap Perancangan.....	10
4. Tahap Implementasi.....	10
5. Tahap Evaluasi.....	10
BAB II.....	13
IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA.....	13
A. Data Objek Perancangan.....	13
1. Filosofi SSB Gama Yogyakarta.....	13
a. Visi.....	13
b. Misi.....	13
2. Sejarah SSB Gama Yogyakarta.....	14
3. Ikon Ciri Khas SSB Gama Yogyakarta.....	15
a. SSB Tertua di Yogyakarta.....	15
b. Tagline “Gabungan Anak Mana-Mana”.....	16
c. Semangat Patih Gajah Mada.....	16
d. Gajah Jawa.....	16
4. Lapangan Latihan SSB Gama Yogyakarta.....	17
5. Identitas Visual SSB Gama Yogyakarta.....	19
a. Logo SSB Gama Yogyakarta.....	19
b. Warna SSB Gama Yogyakarta.....	21
c. Tipografi SSB Gama Yogyakarta.....	26
d. Supergraphic SSB Gama Yogyakarta.....	26
e. Maskot SSB Gama Yogyakarta.....	27
f. Jersei SSB Gama Yogyakarta.....	28
g. Social Media SSB Gama Yogyakarta.....	31
6. Informasi Produk.....	32
a. Kegiatan Utama.....	33
1) Pelatihan dasar sepak bola.....	33
2) Latihan fisik dan motorik.....	33
3) Simulasi pertandingan (sparing).....	33
4) Pembelajaran taktik dan strategi.....	33
5) Evaluasi dan kompetisi.....	33
b. Kegiatan Penunjang :.....	33
1) Pengembangan karakter dan disiplin.....	33
2) Pengenalan gaya hidup sehat.....	33
3) Pendampingan psikologis dan motivasi.....	34

4) Kegiatan sosial dan kebersamaan.....	34
5) Pengembangan Kreativitas Anak.....	34
6) Pendampingan Akademis.....	34
7. Cakupan Wilayah Pemasaran.....	34
8. Karakteristik Konsumen.....	35
9. Analisis Kompetitor.....	36
a. SSB Bintang Putra Mlati (BPM).....	36
b. Akademi PSS Sleman.....	39
c. SSB Browidjoyo.....	41
d. SSB Mas Yogyakarta.....	44
10. Identitas Visual.....	46
a. Logo.....	46
b. Warna.....	47
c. Tipografi.....	50
1) Sans Serif.....	51
2) Roman.....	51
3) Egyptian.....	52
4) Script.....	52
5) Miscellaneous.....	53
d. Elemen Dekoratif.....	54
e. Nama dan nomor.....	55
f. Jersey.....	56
B. Hasil Survei Target Audiens.....	59
1. Profil Responden.....	59
a. 20 orang tua siswa atau calon wali murid.....	59
b. 5 pelatih dan penggiat sepak bola lokal.....	59
c. 5 individu dari masyarakat umum.....	59
2. Pemaparan Data.....	60
a. Kesadaran & Promosi.....	60
b. Preferensi Media.....	61
3. Pentingnya Visual Branding.....	62
4. Pendidikan Usia Dini & Minat Terhadap Sepak Bola.....	63
C. Studi Pustaka.....	65
1. Kajian Literatur.....	65
a. Redesign Brand Identity Sekolah Sepak Bola Pendekar.....	65
b. Kajian literatur.....	68
1) Identitas Visual dan Branding.....	69
2) Logo sebagai Representasi Visual.....	69
3) Psikologi Warna.....	72

4) Pentingnya Tipografi.....	73
5) <i>Supergraphic</i>	73
2. Landasan Teori.....	73
a. Komunikasi Visual.....	73
b. Teori Visual Branding.....	74
c. Teori Identitas Visual.....	74
d. Teori Logo.....	75
e. Prinsip Desain Grafis.....	76
f. Teori Semiotika.....	76
g. Teori Sepak Bola.....	76
h. Teori Bauran Pemasaran.....	77
i. Teori Warna.....	77
j. Teori Tipografi.....	77
k. Prinsip Tipografi.....	78
l. Teori Desain Karakter.....	79
m. Teori Maskot.....	81
D. Identifikasi Problematika Perancangan.....	81
1. Ketidakkonsistenan Elemen Visual.....	81
2. Minimnya <i>Supergraphic</i> dan Elemen Khas.....	81
3. Kurangnya Dokumentasi dan Standar Visual.....	81
4. Kurangnya kegiatan pemasaran dan pengembangan media promosi.....	81
E. Upaya Pemecahan Masalah Terdahulu.....	83
1. Penggunaan Logo Secara Sporadis.....	83
2. Pengembangan Desain Jersei.....	83
3. Pembuatan Materi Promosi.....	84
F. Analisis Data.....	84
1. SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).....	84
a. Strengths (Kekuatan).....	84
b. Weaknesses (Kelemahan).....	84
c. Opportunities (Peluang).....	85
d. Threats (Ancaman).....	85
2. STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	86
a. Segmenting (Segmentasi).....	86
1) Segmentasi demografis.....	86
2) Segmentasi psikografis.....	86
3) Segmentasi perilaku.....	87
b. Targeting (Penargetan).....	87
1) Karakteristik target utama.....	87
c. Positioning (Pemosisian).....	87

1) SSB Gama Yogyakarta diposisikan sebagai.....	88
G. Kesimpulan.....	88
H. Usulan Pemecahan Masalah.....	89
BAB III.....	90
KONSEP PERANCANGAN.....	90
A. Konsep Kreatif.....	90
1. Identitas yang Ingin Ditonjolkan (Unique Selling Proposition).....	90
a. SSB Tertua.....	91
b. Berprestasi.....	91
c. Salah Satu SSB Terbaik.....	91
d. Bersenang-senang.....	91
2. Citra Visual yang Ingin Ditampilkan (Brand Image).....	92
a. Semangat dan Kebersamaan.....	92
b. Adem Ayem.....	92
c. Modern Minimalis.....	92
d. Kuat dan Tak Terkalahkan.....	93
e. Swasembada.....	93
B. Strategi Kreatif.....	93
1. Unsur-unsur Ikonik.....	93
a. SSB Tertua di Yogyakarta.....	93
b. Tagline “Gabungan Anak Mana-Mana”.....	93
c. Semangat Patih Gajah Mada.....	94
d. Gajah Jawa.....	94
2. Logo.....	95
3. Warna Dasar.....	96
a. Biru Tua.....	96
b. Merah.....	96
c. Putih.....	96
d. Hitam.....	96
4. Tipe Huruf.....	97
a. Bersudut tegas dan geometris.....	98
b. Kesan modern dan tajam.....	98
c. Mudah dibaca.....	98
d. Cocok untuk berbagai media.....	98
5. Gaya Penampilan Grafis.....	99
6. Jersey.....	100
7. Supergraphic.....	101
C. Kriteria Desain.....	103
1. Kriteria Umum.....	103

2. Kriteria Khusus.....	103
3. Rencana Aplikasi Identitas Visual.....	104
BAB IV.....	105
VISUALISASI.....	105
A. Penyajian Data Visual.....	105
1. Data Visual: Bentuk Ikonik, Bentuk Simbolik.....	105
B. Pengembangan Bentuk Logo.....	107
1. Pengolahan Bentuk Ikonik menjadi Bentuk Simbolik.....	107
2. Pengolahan Bentuk Huruf menjadi Logotype.....	108
C. Penggabungan Bentuk Simbolik dengan Logotype.....	110
D. Evaluasi Penentuan Alternatif Terbaik.....	111
E. Logo Terpilih.....	111
1. Logo Positif-Negatif.....	111
3. Variasi Ukuran.....	112
4. Grid System.....	113
5. Minimum Clear Area.....	113
6. Aturan-Aturan Logo.....	114
F. Draft dan Alternatif Option.....	116
BAB V PENUTUP.....	135
A. Kesimpulan.....	135
B. Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA.....	132
DAFTAR NARASUMBER.....	139
LAMPIRAN.....	140

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Skematika Perancangan.....	11
Diagram 1.2 Mind Mapping.....	12

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kelompok Umur 2013 Menjadi Juara di Turnamen 2024.....	14
Gambar 2.2 Prof. Dr. Ismangoen dan Susilo Harso.....	15
Gambar 2.3 Suasana Latihan di Sore Hari.....	15
Gambar 2.4 Lokasi Latihan Lama SSB Gama Yogyakarta Yogyakarta.....	18
Gambar 2.5 Logo Lama Pertama SSB Gama Yogyakarta Yogyakarta.....	20
Gambar 2.6 Logo Lama Kedua SSB Gama Yogyakarta Yogyakarta	20
Gambar 2.7 Jersey Kelompok Umur 1995 di tahun 2009.....	22
Gambar 2.8 Jersey di tahun 2014.....	22
Gambar 2.9 Jersey di tahun 2015.....	23
Gambar 2.10 Jersey Kelompok Umur 2007 di tahun 2018.....	23
Gambar 2.11 Jersey di tahun 2021.....	24
Gambar 2.12 Jersey di tahun 2022.....	24
Gambar 2.13 Jersey di tahun 2024.....	25
Gambar 2.14 Jersey Kelompok Umur 2015 di tahun 2025.....	25
Gambar 2.15 Tipografi pada Logo SSB Gama Yogyakarta Yogyakarta.....	26
Gambar 2.16 Gajah Jawa pada panel Relief Borobudur.....	28
Gambar 2.17 Detail Jersey di tahun 2024.....	29
Gambar 2.18 Detail Logo di tahun 2024.....	29
Gambar 2.19 Detail Nomor Punggung di tahun 2024.....	30
Gambar 2.20 Jersey Umum di tahun 2024.....	30
Gambar 2.21 Jersey salah satu tim atau kelompok umur di tahun 2024	31
Gambar 2.22 Jersey salah satu tim atau kelompok umur di tahun 2023.....	31
Gambar 2.23 Sosial Media SSB Gama Yogyakarta.....	32
Gambar 2.24 Suasana Latihan di Sore Hari.....	35
Gambar 2.25 Banner Pemasaran.....	35
Gambar 2.26 Postingan Instagram dan Caption.....	36
Gambar 2.27 Orang Tua Siswa Menemani di Lapangan Sonoraya.....	37
Gambar 2.28 Logo SSB Bintang Putra Mlati.....	38
Gambar 2.29 Jersey SSB Bintang Putra Mlati.....	39
Gambar 2.30 Branding SSB Bintang Putra Mlati.....	39
Gambar 2.31 Logo SSB Akademi PSS Sleman.....	40
Gambar 2.32 Jersey SSB Akademi PSS Sleman.....	41

Gambar 2.33 Branding SSB Akademi PSS Sleman.....	41
Gambar 2.34 Logo SSB Browidjoyo.....	43
Gambar 2.35 Jersei SSB Browidjoyo.....	43
Gambar 2.36 Jersei SSB Browidjoyo.....	44
Gambar 2.37 Logo SSB Mas Yogyakarta.....	45
Gambar 2.38 Jersei SSB Mas Yogyakarta.....	46
Gambar 2.39 Jersei SSB Mas Yogyakarta.....	46
Gambar 2.40 Contoh Playing Kit atau yang Benar.....	50
Gambar 2.41 Perbedaan Jenis Tipografi Sans Serif dan Serif.....	51
Gambar 2.42 Jenis Tipografi Roman.....	52
Gambar 2.43 Jenis Tipografi Egyptian.....	52
Gambar 2.44 Jenis Tipografi Script.....	53
Gambar 2.45 Jenis Tipografi Miscellaneous.....	54
Gambar 2.46 Usia Responden.....	60
Gambar 2.47 Kesadaran akan Eksistensi SSB Gama Yogyakarta.....	60
Gambar 2.48 Media Promosi yang paling sering diperhatikan Responden.....	61
Gambar 2.49 Media Sosial yang paling sering digunakan Responden.....	61
Gambar 2.50 Media Sosial yang paling sering digunakan Responden.....	62
Gambar 2.56 Komponen Identitas Visual yang dianggap perlu diperbarui.....	62
Gambar 2.57 Pentingnya Pendidikan Anak Usia Dini.....	63
Gambar 2.58 Keinginan Orang Tua untuk Karir Anak.....	63
Gambar 2.59 Ketertarikan Anak pada Sepak Bola.....	64
Gambar 2.60 Biaya Pendidikan Sepak Bola.....	64
Gambar 3.1 Referensi Konsep Logo.....	93
Gambar 3.2 Pemilihan Color Pallette.....	95
Gambar 3.3 Alternatif Font.....	96
Gambar 3.4 Alternatif Font.....	96
Gambar 3.5 Referensi Konsep Logo.....	97
Gambar 3.6 Alternatif Jersey.....	98
Gambar 3.7 Maskot.....	99
Gambar 3.8 Alternatif Font.....	99
Gambar 3.9 Alternatif Supergraphic.....	99
Gambar 3.10 Alternatif Supergraphic.....	99
Gambar 4.1 Bentuk Ikonik dan Simbolik dari Logo.....	101
Gambar 4.2 Bentuk Ikonik dan Simbolik dari Logo.....	101
Gambar 4.3 Bentuk dari Logo.....	102
Gambar 4.4 Tipe Huruf yang digunakan.....	102
Gambar 4.5 Draft Logo 1.....	103
Gambar 4.6 Draft Logo 4.....	103

Gambar 4.7 Draft Logotype Logo.....	104
Gambar 4.8 Draft Logotype Logo.....	105
Gambar 4.10 <i>Final Draft Logotype</i> Logo dan Bentuk Logo.....	106
Gambar 4.11 Penggabungan Bentuk Logo dan Logotype.....	107
Gambar 4.12 Evaluasi Penentuan Logo.....	107
Gambar 4.13 Logo Positif-Negatif.....	107
Gambar 4.14 Logo Monokrom.....	108
Gambar 4.15 Variasi Ukuran Logo.....	108
Gambar 4.16 Logo Grid System.....	109
Gambar 4.17 Minimum Clear Space Area Logo.....	110
Gambar 4.18 Penerapan Warna Logo dengan Latar Belakang Putih atau Warna Terang.....	110
Gambar 4.19 Penerapan Warna Logo dengan Latar Belakang Berwarna-Warni... 110	110
Gambar 4.20 Penerapan Warna Logo dengan Latar Belakang Gelap atau Hitam atau Positif-Negatif	111
Gambar 4.21 Penerapan Warna Logo dengan Latar Belakang Warna Branding... 111	111
Gambar 4.22 Penerapan Warna Logo dengan Latar Belakang Warna Gambar.... 112	112
Gambar 4.23 Draft Logo 2.....	112
Gambar 4.24 Draft Logo 3.....	113
Gambar 4.25 Draft Logo 3.....	113
Gambar 4.26 Alternatif Motif Dekoratif.....	114
Gambar 4.27 Alternatif Motif Dekoratif.....	114
Gambar 4.28 Alternatif Motif Dekoratif.....	115
Gambar 4.29 Alternatif Motif Dekoratif.....	115
Gambar 4.30 <i>Final Cover</i> GSM.....	116
Gambar 4.31 <i>Final</i> Halaman 1 GSM.....	116
Gambar 4.32 <i>Final</i> Halaman 2 GSM.....	117
Gambar 4.33 <i>Final</i> Halaman 3 GSM.....	117
Gambar 4.34 <i>Final</i> Halaman 4 GSM.....	118
Gambar 4.35 <i>Final</i> Halaman 5 GSM.....	118
Gambar 4.36 <i>Final</i> Halaman 6 GSM.....	119
Gambar 4.37 <i>Final</i> Halaman 7 GSM.....	119
Gambar 4.38 <i>Final</i> Halaman 8 GSM.....	120
Gambar 4.39 <i>Final</i> Halaman 9 GSM.....	120
Gambar 4.40 <i>Final</i> Halaman 10 GSM.....	121
Gambar 4.41 <i>Final</i> Halaman 11 GSM.....	121
Gambar 4.42 <i>Final</i> Halaman 12 GSM.....	122
Gambar 4.43 <i>Final</i> Halaman 13 GSM.....	122
Gambar 4.44 <i>Final</i> Halaman 14 GSM.....	123
Gambar 4.45 <i>Final</i> Halaman 15 GSM.....	123

Gambar 4.46 <i>Final</i> Halaman 16 GSM.....	124
Gambar 4.47 <i>Final</i> Halaman 17 GSM.....	124
Gambar 4.48 <i>Final</i> Halaman 18 GSM.....	125
Gambar 4.49 <i>Final</i> Halaman 19 GSM.....	125
Gambar 4.50 <i>Final</i> Halaman 20 GSM.....	126
Gambar 4.51 <i>Final</i> Halaman 21 GSM.....	126
Gambar 4.52 <i>Final</i> Halaman 22 GSM.....	127
Gambar 4.53 <i>Final</i> Halaman 23 GSM.....	127
Gambar 4.54 <i>Final</i> Halaman 24 GSM.....	128
Gambar 4.55 <i>Final</i> Halaman 25 GSM.....	128
Gambar 4.56 <i>Final</i> Halaman 26 GSM.....	129
Gambar 4.57 <i>Final</i> Halaman 27 GSM.....	129
Gambar 4.58 <i>Final</i> Halaman 28 GSM.....	129
Gambar 4.59 <i>Final</i> Back Cover GSM.....	129
Proses Wawancara kepada Pelatih dan Manajemen.....	135
Proses Presentasi kepada Wali Siswa dan Orang Tua.....	135
Proses Presentasi kepada Wali Siswa dan Orang Tua.....	136
Proses Presentasi kepada Wali Siswa dan Orang Tua.....	136
Proses Presentasi kepada Siswa, Wali Siswa dan Orang Tua.....	136
Proses Presentasi kepada Siswa, Wali Siswa dan Orang Tua.....	137
Proses Presentasi kepada Siswa, Wali Siswa dan Orang Tua.....	137

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan dengan Identitas Visual SSB Lain.....	68
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persatuan Sepak Bola seluruh Indonesia atau dikenal dengan PSSI adalah organisasi resmi yang menaungi sepak bola seluruh Indonesia. PSSI bertanggung jawab dalam mengelola asosiasi sepak bola di Indonesia. PSSI dan Sepak bola Indonesia saling berhubungan, kemajuan sepak bola Indonesia juga tidak lepas dari kinerja PSSI.

Berbagai upaya terus dilakukan untuk meningkatkan kualitas Sepak Bola Indonesia. Salah satunya adalah program untuk mengoptimalkan potensi dalam negeri, terutama dalam pengembangan sepak bola usia dini, PSSI menerapkan strategi pengembangan menyeluruh yang berfokus pada empat aspek utama, yaitu kemitraan, program pengembangan pemain, penyelenggaraan kompetisi usia muda, serta peningkatan pendidikan bagi pelatih. Semua ini bertujuan untuk menjadikan sepak bola Indonesia lebih maju dan mampu bersaing ditingkat global.

Dengan adanya pembinaan usia dini dan komitmen terhadap program jangka panjang yang selaras dengan blueprint *Garuda Mendunia*, yaitu misi PSSI dalam mengembangkan sepak bola Indonesia. seluruh aspek sepak bola mendukung hal tersebut melalui berbagai upaya, salah satunya adalah dengan adanya Sekolah Sepak Bola atau yang disingkat dengan SSB.

Sekolah Sepak Bola (SSB) adalah wadah bagi anak-anak usia dini (U5-U12) dan remaja (U13-U20) untuk mengembangkan bakat mereka dalam sepak bola. Program pelatihan di SSB, terutama bagi usia muda, memiliki peran penting dalam menciptakan masa depan sepak bola Indonesia di dunia internasional. Konsep serupa juga diterapkan di negara-negara seperti Inggris dan Spanyol, yang dikenal dengan tradisi sepak bola mereka.

SSB Gama Yogyakarta, yang berlokasi di Yogyakarta, merupakan salah satu dari sekian banyak sekolah sepak bola di Indonesia dan salah satu SSB terbaik dan tertua di Yogyakarta. Selama bertahun-tahun, SSB Gama Yogyakarta telah mendapat

berbagai prestasi dan melahirkan banyak pemain lokal yang berhasil berkontribusi dalam kompetisi sepak bola nasional.

Sebagai salah satu SSB tertua di Yogyakarta, SSB Gama Yogyakarta memiliki keunggulan, terutama melalui keahlian pelatihnya. Ketua pelatih SSB Gama Yogyakarta yakni Susilo Harso yang merupakan legenda dari PSIM dan berpengalaman dalam pembinaan usia dini. Selain itu SSB Gama Yogyakarta dikenal sebagai pilihan yang terjangkau bagi masyarakat, sehingga mampu memberikan akses pendidikan sepak bola berkualitas kepada masyarakat yang mampu maupun yang kurang mampu. Keunggulan-keunggulan ini menjadi fondasi kuat untuk membangun identitas yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memperkuat posisi SSB Gama Yogyakarta sebagai salah satu pilar pembinaan usia dini di dunia sepak bola Indonesia.

Adapun contoh lulusan SSB Gama Yogyakarta yang menjadi pemain nasional adalah Alessandro Kamuru yang sekarang bermain untuk Klub Barito Putera dan menjadi salah satu pemain Timnas Indonesia U19 dan U20 Tahun 2024. Beberapa nama lain yaitu FX Harminanto, Topas Pamungkas, Tulus Saptianto, Deam Fauzi, Martinus Novianto yang merupakan andalan PSIM Yogyakarta pada masanya. Ada pula Bagas Adi yang menjadi andalan lini belakang klub besar Indonesia, Bagas pernah bermain untuk Arema FC dan Bali United.

Keunikan lain yang dimiliki SSB Gama Yogyakarta adalah dapat mempersatukan anak-anak dari berbagai suku dan agama yang ada di Yogyakarta yang memiliki sebutan tersendiri bagi pelatihnya dengan sebutan “Gabungan anak mana mana”. Kerjasama dengan penuh semangat, sikap rendah hati, serta pengorbanan waktu, tenaga, dan pikiran menjadi narasi yang selalu dibawakan SSB Gama Yogyakarta. Oleh karena itu, para murid SSB Gama Yogyakarta diarahkan untuk tetap bersemangat dalam mengejar impian mereka menjadi pemain sepak bola profesional.

Meskipun memiliki sejarah panjang dan peran signifikan dalam perkembangan sepak bola Indonesia, awareness masyarakat terhadap SSB Gama Yogyakarta mengalami penurunan. Ditandai oleh menurunnya jumlah

peserta didik di beberapa tahun belakangan ini. Sebelumnya rata rata peserta didik berjumlah 150 sampai 200 siswa per tahun, jumlah tertinggi pernah menyentuh angka 300 siswa. Sedangkan dua tahun terakhir tercatat hanya sebanyak 100 bahkan hanya 90 siswa. Menurut Kepala Pelatih Susilo Harso yang merangkap sebagai pengelola, SSB Gama Yogyakarta sekarang tidak banyak dikenal karena belum memiliki *branding* sebagai identitas mereka. Adapun identitas yang ada sebatas nama dan logo saja, belum ada pembuatan identitas visual, konten, media sosial yang bisa menarik perhatian masyarakat.

Melihat pentingnya peran SSB Gama Yogyakarta dalam pembinaan usia dini, terutama dalam membantu anak-anak kurang mampu mendapatkan pendidikan sepak bola yang berkualitas. *Branding* ini diharapkan dapat menjadi alat untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat Indonesia khususnya Yogyakarta, bahwa SSB ini adalah alternatif bagi orang tua yang ingin memberikan pendidikan kepada anak-anaknya, sekaligus mendukung misi Garuda Mendunia melalui pembinaan usia dini yang berkelanjutan.

Branding pada SSB Gama Yogyakarta perlu dilakukan untuk menciptakan identitas yang membedakan SSB ini dari para pesaingnya, dengan menonjolkan keunggulan dan ciri khas yang dimilikinya. Lebih dari sekadar nama, merek mencerminkan identitas, nilai, dan janji suatu SSB kepada konsumen. Merek yang kuat mampu meningkatkan daya tarik SSB, menciptakan loyalitas konsumen, dan menjadi jaminan atas kualitas serta pengalaman yang konsisten. Melalui elemen visual dan komunikasi yang tepat, *branding* membangun hubungan emosional dan citra positif yang berkelanjutan. Peserta atau anak didik akan semakin semangat dan terpacu oleh SSB yang memiliki *branding*.

Maka dari itu SSB Gama Yogyakarta perlu membangun identitas dan citra mereka agar tercipta brand yang kuat melalui identitas visual, sehingga dapat dikenali dan informasi dapat tersampaikan dengan mudah. Banyak hal yang belum dilengkapi pada identitas visual SSB Gama Yogyakarta. Pembaruan ini diharapkan bisa tersampaikan kepada masyarakat luas dan orang tua atau wali. Selain itu diharapkan dapat meningkatkan brand

awareness sehingga tercapai tujuan pembuatan identitas visual yang kuat. Poin-poin tersebut menjadi dasar perancangan ini.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas visual sebagai *branding* Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta sebagai satu kesatuan desain identitas?

C. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk merancang identitas visual *branding* Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta yang nantinya dapat digunakan dalam berbagai kegiatan yang menarik dan menghibur.

D. Batasan Lingkup Perancangan

1. Perancangan identitas visual Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta dalam bentuk ilustrasi.
2. Merancang implementasinya berupa logo, jenis huruf, maskot, infografis, iklan dalam dan luar ruangan, *ID Card*, bendera tendangan pojok, poster, notebook, stempel dan *stand dee*, *merchandise* termasuk didalamnya jersey, kaos, *totebag*, tas serut, botol minum, stiker, topi, gantungan kunci, *cone*, lanyard.

E. Manfaat Perancangan

Memberikan manfaat teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi acuan desain identitas visual dari sudut pandang desain komunikasi visual yang akan dilakukan nantinya.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat bagi Lembaga

Perancangan ini menjadi referensi jika ada *rebranding* pada Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta serta dapat menjadi salah

satu cara pemasaran melalui media visual agar lebih dikenali dan menarik minat masyarakat.

b. Manfaat bagi Mahasiswa

Perancangan ini memberikan wawasan dan memungkinkan mahasiswa mengembangkan idenya dalam menciptakan desain dan media komunikasi yang menarik.

c. Manfaat bagi Instansi

Diharapkan menjadi salah satu perancangan identitas visual yang bermanfaat sehingga dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan para akademisi.

d. Manfaat bagi Media Massa

Diharapkan menjadi salah satu media komunikasi visual yang efektif dan menghibur.

e. Manfaat bagi Target Audience

Memberikan wawasan kepada target audience tentang Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta.

F. Definisi Operasional

1. *Brand*

Menurut Buchari Alma (2007) pengertian brand adalah tanda atau simbol yang memberikan identitas pada suatu barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar, ataupun kombinasi antara keduanya, sedang menurut Kotler dan Armstrong (2008) pengertian brand adalah nama, istilah, lambang, tanda, desain atau kombinasi dari semua aspek tersebut yang menunjukkan identitas suatu produk atau jasa dari satu atau sekelompok penjual yang membedakan produk itu dari produk pesaing.

2. *Branding*

Anhold (2003) menjelaskan *branding* adalah kegiatan membangun merek. Membuat identitas, termasuk logo merupakan salah satu tugas *branding*. *Branding* adalah proses merencanakan, merancang, dan mengkomunikasikan nama dan identitas dengan tujuan membangun atau mempertahankan reputasi yang baik

3. Identitas Visual

Identitas visual adalah sistem komunikasi visual untuk mencakup masyarakat. Identitas visual merupakan hal pertama yang dilihat oleh orang. Identitas visual merupakan sebuah tanda pembeda suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan yang bergerak di bidang yang sama (Rahayu, 2013). Sedangk Morioka (2004, h.18) menjelaskan bahwa identitas visual merupakan kombinasi antara logo, nama merek, huruf dan warna yang dirancang menghasilkan bentuk unik dan menyampaikan citra bagi sebuah perusahaan, seseorang, objek atau ide.

4. SSB (Sekolah Sepak Bola)

Sekolah Sepak Bola (SSB) merupakan wadah pelatihan olahraga sepak bola yang diselenggarakan secara terorganisir untuk anak-anak dan remaja. Tujuan utamanya adalah mengembangkan kemampuan teknis, fisik, strategi permainan, serta karakter mental peserta didik dalam bidang sepak bola. Dalam konteks ini, SSB mengacu pada institusi yang menjalankan program latihan secara rutin dengan struktur kurikulum, dipandu oleh pelatih bersertifikat, dan didukung fasilitas latihan serta kegiatan kompetitif yang sesuai usia (Indrawati, T., & Widodo, A. 2020).

G. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan data

a. Data Primer

1) Wawancara

Mewawancarai narasumber yang merupakan Pelatih SSB Gama Yogyakarta, anak muda penggemar sepak bola, serta para ahli di bidang *branding*.

b. Data Sekunder

1) Dokumen

Mengambil beberapa data dari identitas visual SSB Gama Yogyakarta yang sudah ada sebelumnya meliputi foto dan tulisan.

2) Kajian Teori

Mencari sumber informasi yang relevan terkait dengan desain di media buku, majalah, surat kabar, jurnal dan berbagai sumber termasuk internet.

c. Alat Pengumpulan Data

Yang digunakan untuk mendukung penelitian ini, yaitu:

- 1) Komputer
- 2) Tablet
- 3) Handphone

H. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif & Kualitatif

Analisis deskriptif dan kualitatif digunakan untuk memahami data dan konteks yang relevan dalam perancangan identitas visual Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta. Dalam tahap ini, data dikumpulkan melalui wawancara dengan pengelola dan siswa sekolah sepak bola, observasi terhadap kegiatan sekolah sepak bola, serta studi terhadap identitas visual kompetitor atau sekolah sepak bola lain di Yogyakarta dan sekitarnya. Selain itu, analisis kualitatif juga melibatkan pengumpulan opini dan perspektif dari stakeholder terkait mengenai kesan yang ingin ditampilkan melalui *branding* visual.

Melalui :

- a. Wawancara dengan pengelola dan pihak manajemen Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta.
- b. Observasi lapangan terhadap kegiatan yang berlangsung di sekolah sepak bola.
- c. Analisis konten dari berbagai referensi identitas visual sekolah sepak bola lain.
- d. Survei atau diskusi kelompok untuk memahami keinginan dan preferensi dari para siswa, orang tua, dan pengelola.

Data:

- a) Dokumentasi dan riset visual terkait identitas visual dari sekolah sepak bola serupa.
- b) Feedback dari audiens yang menjadi sasaran *branding*.
- c) Studi tentang elemen desain yang kuat dalam dunia sepak bola dan *branding* olahraga.

2. SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi dan membandingkan berbagai opsi desain atau strategi *branding*. Analisis ini mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam perancangan identitas visual Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta.

- a) Strengths (Kekuatan): Menilai keunikan dan nilai positif yang dimiliki oleh Sekolah Sepak Bola Gama Yogyakarta, seperti kualitas pelatihan, reputasi pengelola, atau ciri khas lokal yang ingin digarisbawahi dalam desain.
- b) Weaknesses (Kelemahan): Menganalisis elemen desain yang mungkin kurang mencerminkan nilai-nilai sekolah atau masalah praktis yang bisa dihadapi dalam implementasi identitas visual.
- c) Opportunities (Peluang): Mencari peluang yang dapat dimanfaatkan dari tren desain, kebutuhan pasar, atau teknologi baru dalam mendesain identitas visual yang lebih menarik dan relevan.
- d) Threats (Ancaman): Menilai potensi tantangan yang mungkin muncul dari kompetitor atau perubahan dalam preferensi audiens yang bisa mempengaruhi penerimaan identitas visual yang dirancang.

Data:

- a) Wawancara dengan stakeholder internal dan eksternal untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan yang ada.
- b) Riset tentang tren *branding* sekolah sepak bola dan olahraga.
- c) Analisis pesaing untuk melihat bagaimana identitas visual mereka dapat mempengaruhi pilihan desain.

I. Konsep Perancangan

Konsep perancangan identitas visual untuk SSB Gama Yogyakarta berpusat pada nilai-nilai yang diusung oleh sekolah ini, yaitu kebersamaan, semangat, dan komitmen dalam membina pemain sepak bola usia dini.

1. Citra Visual

Menciptakan identitas yang dinamis namun tetap menghormati sejarah panjang SSB Gama Yogyakarta sebagai salah satu sekolah sepak bola tertua di Yogyakarta.

2. Warna Utama

Pemilihan warna biru tua, merah, dan hitam yang merepresentasikan keamanan, kebersamaan, kedamaian, dan semangat olahraga.

3. Logo

Logo akan dirancang dengan simbolisasi yang mencerminkan dunia sepak bola dan SSB Gama Yogyakarta, seperti bola, semangat, daya juang, gerakan dan kecepatan, serta merespon bentuk logo lama.

4. Tipografi

Penggunaan font sans-serif dengan sentuhan modern untuk mencerminkan aksesibilitas dan kesederhanaan.

Konsep ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mampu menyampaikan pesan inti dari SSB Gama Yogyakarta kepada target audiens.

J. Skematika Perancangan

1. Tahap Penelitian
 - a. Mengumpulkan data mengenai sejarah, nilai-nilai, visi, dan misi SSB Gama Yogyakarta.
 - b. Melakukan wawancara dengan pelatih, pengurus, dan siswa untuk mendapatkan insight mengenai keunikan SSB Gama Yogyakarta.
 - c. Melakukan analisis terhadap *branding* sekolah sepak bola lain untuk membandingkan keunggulan.
2. Tahap Konseptualisasi
 - a. Menyusun mood board dan visual references berdasarkan hasil penelitian.
 - b. Membuat beberapa alternatif konsep logo dan elemen identitas visual.
3. Tahap Perancangan
 - a. Merancang logo, warna, tipografi, dan elemen pendukung lainnya seperti ikon dan pola.
 - b. Membuat prototipe aplikasi identitas visual pada media komunikasi seperti merchandise, media sosial, dan iklan luar ruang.
4. Tahap Implementasi
 - a. Menyusun pedoman penggunaan identitas visual (*brand guidelines*).
 - b. Mengaplikasikan desain pada media komunikasi yang telah direncanakan. Seperti, postingan instagram, elemen visual sepak bola.
5. Tahap Evaluasi
 - a. Melakukan pengujian dan mendapatkan feedback dari target audiens, pengurus SSB Gama Yogyakarta, dan para pelatih.
 - b. Memperbaiki elemen desain berdasarkan masukan yang diterima untuk memaksimalkan komunikasi visual.

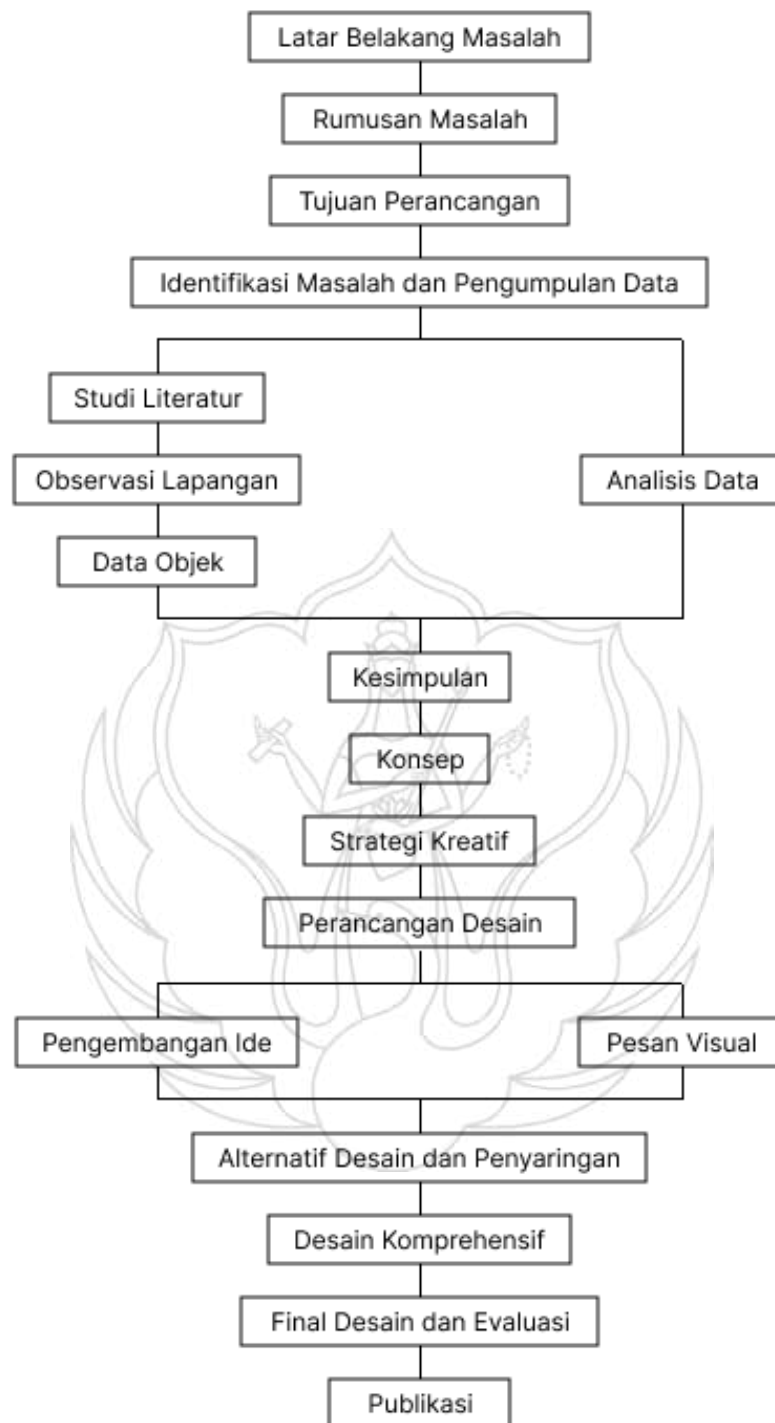


Diagram 1.1 Skematika Perancangan
(Sumber: Salsabilla Aulia Rahma)

