

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL JOGJA
TOPTeam SEBAGAI SASANA MULTI DISIPLIN
BELA DIRI DI YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Oleh

SETIADI

NIM 2012678024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
GENAP 2026**

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL JOGJA
TOPTEAM SEBAGAI SASANA MULTI DISIPLIN
BELA DIRI DI YOGYAKARTA**



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

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul: **PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL JOGJA TOPTeam SEBAGAI SASANA MULTI DISIPLIN BELA DIRI DI YOGYAKARTA** diajukan oleh Setiadi, NIM 2012678024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 4 Juni 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Ketua



Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.

NUPTK 0438748649130142

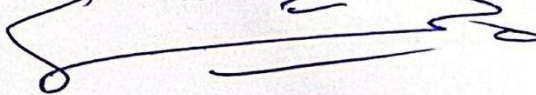
Pembimbing II/Anggota



Aditya Utama, S.Sos., M.Sn.

NUPTK 3241762663130283

Cognate/Anggota



Dr. Drs. Isidorus Tyas Sumbo Tinarbuko, M.Sn.

NUPTK 0736744645130132

Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Muhammad Sholahuddin, S.Sn., M.T.

NUPTK 0351748649130073

Koordinator Program Studi
Desain Komunikasi Visual



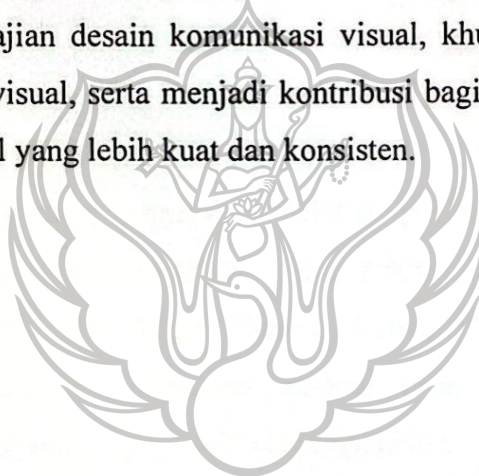
Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn.

NUPTK 9547768669230302

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Jogja Topteam sebagai Sasana Multi Disiplin Bela Diri di Yogyakarta”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan, baik dalam aspek penulisan maupun proses perancangannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan ke depannya. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan kajian desain komunikasi visual, khususnya dalam bidang perancangan identitas visual, serta menjadi kontribusi bagi Jogja Topteam dalam membangun citra visual yang lebih kuat dan konsisten.



Yogyakarta, 21 Mei 2026

Penulis

Setiadi

NIM 2012678024

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan memberikan arahan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Proses perancangan dan penulisan laporan ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya bantuan, doa, serta dukungan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn.
2. Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T.
3. Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn.
4. Dosen Wali, Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn., yang telah memberikan bimbingan selama kuliah
5. Dosen Pembimbing I, Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn., atas arahan dan bimbingan yang telah diberikan selama proses perancangan, Serta kesabaran dalam membimbing penulis hingga akhir.
6. Dosen Pembimbing II, Aditya Utama, S.Sos., M.Sn., atas arahan dan bimbingan yang telah diberikan selama proses perancangan, Serta kesabaran dalam membimbing penulis hingga akhir.
7. Dosen Penguji, Dr. Drs. Isidorus Tyas Sumbo Tinarbuko, M.Sn., yang telah memberikan ilmu dan perspektif baru pada perancangan ini.
8. Kedua orang tua penulis, atas doa kasih sayang dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis. Serta kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
9. Kepada Pintoko Kusumajati, selaku pendiri Jogja Topteam yang telah kebersamai dan memberikan banyak bantuan selama proses perancangan.
10. Kepada Jogja Topteam, yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan Jogja Topteam sebagai objek perancangan. Serta bantuan yang telah diberikan.
11. Kepada Pele Nguyen, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pandangannya mengenai bela diri.

12. Kepada Khoerunnisa, yang telah banyak membantu dan menemani selama proses pengerjaan tugas akhir ini.
13. Kepada teman-teman Panduwara yang penulis kasihi dan banggakan.
14. Kepada Seluruh teman-teman yang penulis kenal selama berkuliah di ISI Yogyakarta.
15. Seluruh Pihak yang terlibat dalam perancangan tugas akhir ini dari awal hingga akhir yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Setiadi
NIM : 2012678024
Fakultas : Seni Rupa
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh materi dalam perancangan saya yang berjudul **PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL JOGJA TOPTEAM SEBAGAI SASANA MULTI DISIPLIN BELA DIRI DI YOGYAKARTA**, yang dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Desain dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, 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 manapun.

Yogyakarta, 21 Mei 2026

Yang membuat pernyataan,



Setiadi

NIM 2012678024

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Setiadi
NIM : 2012678024
Fakultas : Seni Rupa
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Demi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual, dengan ini saya memberikan karya perancangan saya yang berjudul **PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL JOGJA TOPTEAM SEBAGAI SASANA MULTI DISIPLIN BELA DIRI DI YOGYAKARTA** kepada Institut Seni Indonesia Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam pangkalan data, mendistribusikannya secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk keperluan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 21 Mei 2026

Yang membuat pernyataan,




Setiadi

NIM 2012678024

ABSTRAK

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL JOGJA TOPTEAM SEBAGAI SASANA MULTI DISIPLIN BELA DIRI DI YOGYAKARTA

Setiadi

NIM 2012678024

Jogja Topteam merupakan sasana bela diri di Yogyakarta yang mewadahi berbagai cabang seperti judo, tinju, muay thai, BJJ, jiu jitsu tradisional, hingga MMA. Sasana ini mengusung filosofi *The Unity of Fight Culture*, namun belum didukung oleh sistem identitas visual yang konsisten dan terstruktur. Perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan identitas visual Jogja Topteam yang mampu merepresentasikan karakter dan nilai organisasi sebagai sasana multi disiplin bela diri di Yogyakarta. Metode perancangan dilakukan melalui wawancara, observasi, studi pustaka, serta analisis SWOT. Konsep visual dikembangkan dari nilai persatuan, kekuatan, pengayoman, dan lokalitas melalui pengolahan bentuk kepala dengan Kuluk Kanigaran, kepalan tangan, serta alur gerak dinamis bela diri. Hasil perancangan berupa sistem identitas visual yang mencakup logo, warna, tipografi, supergrafis, ikonografi, gaya fotografi, dan Graphic Standard Manual.

Kata kunci: *Identitas Visual, Sasana Bela Diri, Logo, Graphic Standard Manual*

DAFTAR ISI

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL JOGJA TOPTEAM SEBAGAI SASANA MULTI DISIPLIN BELA DIRI DI YOGYAKARTA	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Perancangan	8
E. Manfaat Perancangan	8
F. Definisi Operasional.....	8
G. Metode Perancangan	9
H. Metode Analisis Data	10
I. Skematika Perancangan.....	12
BAB II ANALISIS DATA	13
A. Data Objek Perancangan	13
B. Studi Pustaka	18
C. Identifikasi Problematika Perancangan	37
D. Upaya Pemecahan Masalah.....	38
E. Analisis Data	38
F. Kesimpulan.....	44
G. Usulan Pemecahan Masalah.....	46
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	47

A.	Konsep Kreatif	47
B.	Strategi Kreatif	48
C.	Kriteria Desain	53
D.	Rencana Aplikasi Logo dalam Corporate Identity System	59
BAB IV	VISUALISASI.....	63
A.	Penyajian Data Visual	63
B.	Pengembangan Bentuk Logo.....	68
C.	Penggabungan Bentuk Simbolik dengan Logotype	71
D.	Evaluasi Penentuan Alternatif Terbaik.....	72
E.	Logo Terpilih.....	72
F.	Aplikasi Logo dalam Sistem <i>Corporate Identity</i>	82
BAB V	PENUTUP	90
A.	Kesimpulan.....	90
B.	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	96
A.	Lembar Konsultasi	96
B.	Pengecekan Turnitin.....	100
C.	Dokumentasi Pameran dan Tugas Akhir.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sampel Logo Jogja Topteam.....	3
Gambar 1. 2 Sampel Media Komunikasi Jogja Topteam.....	4
Gambar 1. 3 Sampel Logo Bela Diri di Yogyakarta.....	6
Gambar 1. 4 Skematika Perancangan.....	12
Gambar 2. 1 Jadwal Latihan Jogja Topteam.....	15
Gambar 2. 2 Contoh Logo Wordmarks / Logotype.....	27
Gambar 2. 3 Contoh Logo Letterform/Monogram.....	27
Gambar 2. 4 Contoh Logo Emblems.....	28
Gambar 2. 5 Contoh Logo Pictorial/Symbol.....	28
Gambar 2. 6 Contoh Logo Abstrak.....	29
Gambar 2. 7 Contoh Logo Mascots.....	29
Gambar 2. 8 Contoh Logo Combination.....	30
Gambar 2. 9 Contoh Huruf Serif.....	31
Gambar 2. 10 Contoh Huruf Sans Serif.....	32
Gambar 2. 11 Contoh Pictogram.....	35
Gambar 2. 12 Contoh Supergrafis.....	36
Gambar 3. 1 Palet Warna.....	50
Gambar 3. 2 Armstrong.....	52
Gambar 3. 3 Font Open Sauce Sans.....	52
Gambar 3. 4 Contoh Gaya Penampilan Grafis.....	53
Gambar 3. 5 Brand Arsitektur.....	54
Gambar 3. 6 Contoh Penerapan Supergrafis.....	56
Gambar 3. 7 Contoh Gaya Fotografi.....	57
Gambar 3. 8 Contoh Ikonografi.....	58
Gambar 4. 1 Mindmapping.....	64
Gambar 4. 2 Karakter Wayang dengan Bentuk Mulut Mingkem.....	65
Gambar 4. 3 Simbol Kepalan Tangan.....	66
Gambar 4. 4 Kuluk Kanigaran.....	66
Gambar 4. 5 Gerak Dinamis Bela Diri.....	67
Gambar 4. 6 Font Armstrong Italic.....	68
Gambar 4. 7 Sketsa Logo.....	69
Gambar 4. 8 Sketsa Logo Terpilih.....	69
Gambar 4. 9 Eksplorasi Digital Logo Terpilih.....	70
Gambar 4. 10 Logo Alternatif.....	70
Gambar 4. 11 <i>Logotype</i>	71
Gambar 4. 12 Penggabungan Bentuk Simbolik dengan Logotype.....	71
Gambar 4. 13 Logo Terpilih.....	73
Gambar 4. 14 Logo Grid.....	74
Gambar 4. 15 Konfigurasi Logo.....	74
Gambar 4. 16 Rasio dan Proporsi Logo.....	74
Gambar 4. 17 Zona Aman Logo.....	75

Gambar 4. 18 <i>Look-Up</i> Kolaborasi Logo.....	75
Gambar 4. 19 Variasi Warna Logo	76
Gambar 4. 20 Variasi Ukuran Logo	76
Gambar 4. 21 Implementasi Warna.....	77
Gambar 4. 22 Implementasi Logo yang Salah	77
Gambar 4. 23 Implementasi Logo di Latar yang Salah.....	78
Gambar 4. 24 Proses Penciptaan Supergrafis.....	78
Gambar 4. 25 Implementasi Supergrafis.....	79
Gambar 4. 26 Ikonografi	79
Gambar 4. 27 Gaya Fotografi.....	80
Gambar 4. 28 Implementasi Fotografi	81
Gambar 4. 29 Font Armstrong dan Open Sauce Sans.....	81
Gambar 4. 30 Hirarki Tipografi	82
Gambar 4. 31 <i>Stationary</i>	82
Gambar 4. 32 <i>Merchandise</i> Kaos dan Totebag	83
Gambar 4. 33 <i>Merchandise</i> Topi, Sticker dan Tumblr	83
Gambar 4. 34 <i>Signage/Wayfinding</i>	83
Gambar 4. 35 Perlengkapan	84
Gambar 4. 36 Jersey	84
Gambar 4. 37 Seragam Gi.....	84
Gambar 4. 38 <i>Rash Guard</i>	85
Gambar 4. 39 <i>Training Set</i>	85
Gambar 4. 40 Kendaraan Kantor.....	85
Gambar 4. 41 Element Eksterior.....	86
Gambar 4. 42 Element Interior.....	86
Gambar 4. 43 Poster	86
Gambar 4. 44 <i>Banner</i>	87
Gambar 4. 45 <i>Billboard</i>	87
Gambar 4. 46 Media Sosial.....	88
Gambar 4. 47 <i>Website</i>	88
Gambar 4. 48 <i>Visual Identity Guideline</i>	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing I.....	96
Lampiran 2 Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing II	98
Lampiran 3 Pengecekan Turnitin	100
Lampiran 4 Dokumentasi Pameran dan Tugas Akhir.....	102



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan seni bela diri di Indonesia terus menunjukkan dinamika yang menarik, tidak hanya sebagai sarana olahraga, tetapi juga sebagai medium pengembangan diri, kesehatan, hingga wadah kebersamaan komunitas. Salah satu sasana yang memiliki kontribusi dalam perkembangan ini adalah Jogja Topteam (JTT). Komunitas ini mulai terbentuk sejak tahun 2006, kemudian semakin berkembang ketika mulai berlatih di kawasan Monjali, Yogyakarta pada tahun 2013. Identitas resmi dengan nama Jogja Topteam baru disematkan pada tahun 2021, dengan tujuan utama untuk mewadahi berbagai disiplin bela diri secara kolektif agar lebih mudah dikenal dan diakses oleh masyarakat luas.

Berdasarkan wawancara dengan Pintoko Kusumajati selaku pemilik Jogja Topteam pada 25 Agustus 2025 di Yogyakarta diperoleh informasi bahwa JTT memiliki filosofi *The Unity of Fight Culture* yang menekankan pentingnya kesatuan dan keberagaman dalam seni bela diri, serta mengusung kesejahteraan yang tidak hanya terbatas pada aspek finansial, tetapi juga mencakup keseimbangan pikiran, jiwa, dan raga. Ciri khas yang membedakan JTT dari sasana lain terletak pada keberagaman latar belakang anggota yang memiliki profesi dan latar sosial yang berbeda-beda. Hal ini menjadikan JTT sebagai wadah inklusif yang menghubungkan individu dari berbagai kalangan melalui semangat kebersamaan. JTT juga mempunyai misi untuk menggabungkan unsur budaya lokal dengan bela diri.

Berbagai disiplin yang dikembangkan di JTT meliputi *judo*, *boxing*, *muay thai*, *Brazilian Jiu Jitsu (BJJ)*, *jiu jitsu* tradisional, hingga *Mixed Martial Arts (MMA)*. Keaktifan komunitas ini juga tercermin dalam partisipasi mereka di berbagai kompetisi seperti Porda DIY, Kejurnas, *Open Tournament*, serta ajang nasional *One Pride*. Tidak hanya itu, JTT juga menjadi salah satu inisiator dan penyelenggara Jogja Gelut Day, sebuah acara yang semakin memperkuat eksistensinya dalam memajukan budaya bela diri di Yogyakarta.

JTT membuka program pelatihan untuk berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa, dengan pilihan program yang dapat disesuaikan untuk kebutuhan rekreasi, kesehatan, hingga persiapan menuju prestasi profesional. Saat ini mayoritas anggotanya adalah mahasiswa, namun JTT juga sedang mengembangkan fokus pada pelatihan usia dini. Motivasi anggota yang bergabung pun beragam, mulai dari sekadar menyalurkan hobi dan menjaga kesehatan, hingga mengasah kemampuan untuk meraih prestasi.

Alih-alih melihat sasana lain sebagai kompetitor, JTT justru berupaya membuka ruang kolaborasi seluas-luasnya dengan berbagai komunitas bela diri, baik lokal maupun internasional. Hal ini diperkuat dengan seringnya JTT kedatangan murid dari luar negeri maupun pelatih tamu *expertise* dari mancanegara sehingga semakin memperkaya atmosfer pembelajaran dan pertukaran pengetahuan.

Seiring dengan berkembangnya eksistensi Jogja Topteam sebagai wadah pelatihan bela diri, kebutuhan akan identitas visual yang konsisten menjadi semakin penting. Identitas visual tidak hanya berfungsi sebagai tanda pengenal, melainkan juga sebagai representasi nilai, filosofi, serta *positioning* sebuah lembaga dalam lingkup komunitas maupun publik yang lebih luas. Dalam konteks Jogja Topteam logo yang ada saat ini hanya berperan sebagai simbol dasar tanpa adanya sistem identitas yang menyeluruh, baik dari segi warna, tipografi, maupun panduan aplikasi media. Kondisi ini menyebabkan komunikasi visual yang dilakukan, baik melalui media sosial, merchandise, maupun materi promosi kurang konsisten dan tidak mampu menghadirkan citra yang profesional.

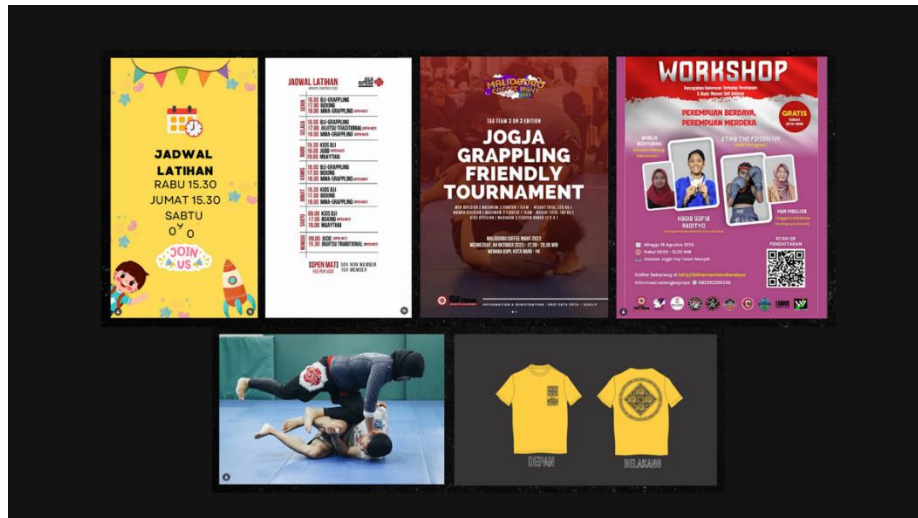
Identitas visual tidak hanya dipahami sebagai logo, melainkan sebagai sistem tanda yang membentuk citra dan membedakan suatu organisasi dari organisasi lain. Salah satu tujuan utama dari perancangan identitas visual adalah untuk menghindari penerapan yang tidak konsisten. Konsistensi dalam identitas visual berperan penting dalam membentuk citra serta kesan yang diharapkan oleh sebuah organisasi. Identitas visual yang konsisten juga mencerminkan profesionalisme dan keseriusan suatu

lembaga dalam membangun komunikasi dengan publik, sehingga mampu meningkatkan *brand awareness* sekaligus memperkuat *brand image* di benak masyarakat. Lebih lanjut, konsistensi tersebut hanya dapat terwujud apabila identitas visual dirancang agar adaptif terhadap berbagai media dan dinamika lingkungan yang senantiasa berubah. Meski demikian, adaptabilitas tersebut tetap harus diimbangi dengan karakter visual yang kuat dan selaras, sehingga penerapan identitas visual dapat bervariasi tanpa kehilangan keutuhan citra yang ingin ditampilkan (Rustan dalam Hidayatulloh, 2025).

Dari segi bentuk, logo lama memiliki detail ornamen yang cukup kompleks sehingga berpotensi mengalami penurunan keterbacaan ketika diterapkan dalam ukuran kecil, seperti pada media sosial, *merchandise*, label, atau *apparel*. Detail visual yang rumit dapat menghambat prinsip fleksibilitas dan keterbacaan logo. Padahal, logo yang baik perlu memiliki karakter yang khas, mudah dikenali, mudah diingat, serta dapat diterapkan pada berbagai ukuran dan media. Ketika logo tidak memiliki fleksibilitas yang baik, penerapannya menjadi terbatas dan sulit membangun keseragaman visual.



Gambar 1. 1 Sampel Logo Jogja Topteam
(Sumber: Setiadi, 2025)



Gambar 1. 2 Sampel Media Komunikasi Jogja Topteam
(Sumber: www.instagram/jtt.jogja, 2025)

Permasalahan utama pada identitas visual lama Jogja Topteam terletak pada belum adanya sistem visual yang konsisten. Berdasarkan pengamatan terhadap beberapa logo dan media komunikasi yang telah digunakan, terlihat adanya berbagai variasi logo dengan bentuk, warna, tipografi, dan komposisi yang berbeda-beda. Terdapat bentuk logo kotak, lingkaran, segitiga, emblem, hingga versi horizontal, namun belum terlihat adanya struktur identitas yang mengatur penggunaan logo utama, logo turunan, warna, tipografi, maupun penerapannya pada media promosi. Kondisi tersebut menyebabkan identitas Jogja Topteam tampak terpecah dan tidak memiliki satu citra visual yang kuat. Menurut Wheeler (dalam Wijaya & Suwanto, 2023) Identitas merek berperan dalam membangun kesadaran terhadap keberadaan suatu merek, memperkuat pembeda dengan merek lain, serta menerjemahkan gagasan besar dan nilai-nilai di dalamnya ke dalam bentuk yang nyata. Melalui identitas yang kuat, berbagai elemen visual maupun konseptual dapat diintegrasikan menjadi satu sistem yang utuh dan konsisten.

Selain persoalan konsistensi, konsep visual pada logo lama juga belum sepenuhnya merepresentasikan karakter Jogja Topteam sebagai sasana bela diri. Logo lama menggunakan pendekatan visual berbasis

Punokawan yang memiliki asosiasi kuat dengan dunia pewayangan, humor, serta kritik sosial dalam kebudayaan Jawa. Meskipun unsur budaya lokal sudah ada dalam logo, logo lama belum memiliki elemen bela diri baik secara eksplisit maupun simbolik yang berkaitan dengan dunia *combat sport*. Penggunaannya belum cukup spesifik untuk menggambarkan karakter Yogyakarta maupun dunia bela diri. Secara semiotik, tanda visual yang digunakan berpotensi lebih mudah dibaca sebagai simbol pewayangan daripada sebagai simbol sasana bela diri. Hal ini menunjukkan adanya ketidaktepatan antara tanda visual dengan identitas organisasi yang ingin dibangun. Menurut Peirce (dalam Rachmawaty, 2025) tanda atau representamen berfungsi mewakili suatu objek dan menghasilkan interpretasi dalam proses pemaknaan. Interpretasi tersebut kemudian dapat berkembang menjadi representamen baru yang kembali merujuk pada objek dan memunculkan interpretasi berikutnya secara berkelanjutan.

Permasalahan lain terlihat pada penerapan media komunikasi Jogja Topteam. Poster jadwal latihan, poster turnamen, poster *workshop*, *merchandise*, hingga konten dokumentasi memiliki pendekatan visual yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut terlihat dari penggunaan warna, tipografi, tata letak, ilustrasi, gaya fotografi, serta penempatan logo yang belum seragam. Hal ini menunjukkan bahwa Jogja Topteam belum memiliki pedoman visual yang mampu mengarahkan setiap kebutuhan komunikasi. Akibatnya, media komunikasi yang dihasilkan belum membentuk kesatuan citra yang kuat, meskipun berasal dari organisasi yang sama.

Berdasarkan permasalahan tersebut, perancangan identitas visual Jogja Topteam diarahkan untuk membangun sistem visual yang lebih konsisten, relevan, dan adaptif. Perancangan ini tidak hanya berfokus pada pembuatan logo baru, tetapi juga pada penyusunan sistem identitas visual yang dapat digunakan secara menyeluruh dalam berbagai kebutuhan komunikasi organisasi. Identitas visual Jogja Topteam dirancang untuk merepresentasikan karakter sasana sebagai pusat bela diri di Yogyakarta. Nilai yang ingin ditampilkan meliputi persatuan, profesionalisme, serta keterikatan dengan budaya lokal. Nilai-nilai tersebut kemudian

diterjemahkan ke dalam bentuk visual melalui logo, warna, tipografi, elemen grafis, dan gaya penerapan media.



Gambar 1. 3 Sampel Logo Bela Diri di Yogyakarta
(Sumber: Setiadi, 2025)

Berdasarkan identifikasi terhadap logo-logo bela diri di Yogyakarta, logo baru perlu dirancang dengan pendekatan simbolik yang lebih kuat agar mampu membedakan Jogja Topteam dari kebanyakan sasana bela diri lain di Yogyakarta yang identitas visualnya masih cenderung konvensional, kurang adaptif, dan belum memiliki pembaruan visual yang kuat. Logo bela diri di Yogyakarta pada umumnya menampilkan unsur visual secara literal, seperti figur petarung, hewan, senjata, atau ornamen budaya yang berfungsi sebagai elemen dekoratif. Berbeda dengan itu, pada perancangan ini unsur lokal tidak lagi digunakan secara literal sebagai ornamen atau hiasan, melainkan diolah menjadi simbol yang lebih relevan dengan karakter Jogja Topteam. Unsur budaya lokal dapat dipadukan dengan elemen yang merepresentasikan bela diri, seperti kekuatan, gerak, serta persatuan. Dengan demikian, logo tidak hanya menunjukkan kedekatan dengan budaya lokal, tetapi juga mampu menyampaikan identitas Jogja Topteam sebagai sasana bela diri yang modern, profesional, dan memiliki karakter visual yang berbeda.

Perancangan ini juga mencakup penyusunan *brand guideline* sebagai pedoman penggunaan identitas visual. *Brand guideline* berisi aturan penggunaan logo, ukuran minimum, ruang kosong, variasi warna, larangan

penggunaan logo, sistem warna, tipografi, elemen grafis, gaya fotografi, serta contoh penerapan pada berbagai media. Dengan adanya pedoman tersebut, identitas visual Jogja Topteam dapat diterapkan secara konsisten meskipun digunakan oleh desainer, pengelola media sosial, panitia event, maupun pihak eksternal.

Dengan demikian, perancangan identitas visual Jogja Topteam bertujuan untuk menghasilkan identitas yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki dasar konseptual, fungsi komunikasi, dan sistem penerapan yang jelas. Identitas visual baru diharapkan mampu memperkuat citra Jogja Topteam sebagai sasana bela diri yang profesional dan berkarakter lokal.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter dan nilai Jogja Topteam sebagai sasana multi disiplin bela diri di Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

1. Batasan Masalah

Perancangan difokuskan pada identitas visual Jogja Topteam yang mencakup logo utama, super grafis, tipografi, warna, serta aplikasi dasar identitas visual.

2. Batasan Konten

Perancangan tidak mencakup strategi bisnis, manajemen sasana, maupun program latihan. Fokus perancangan hanya pada aspek komunikasi visual dan pembentukan citra melalui identitas visual.

3. Batasan Media

Implementasi identitas visual dibatasi pada media promosi dan komunikasi utama, yaitu:

a. Media Cetak

Poster, banner, merchandise, apparel, dan kartu anggota.

b. Media Digital

Konten media sosial dan profil digital.

D. Tujuan Perancangan

Merancang identitas visual Jogja Topteam yang mampu merepresentasikan karakter dan nilai Jogja Topteam sebagai sasana multi disiplin beladiri di Yogyakarta.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa

Perancangan ini menjadi sarana praktik nyata bagi mahasiswa untuk menerapkan teori desain komunikasi visual sekaligus melatih kemampuan riset, analisis, dan perancangan identitas visual. Hasilnya dapat menjadi portofolio akademis yang mendukung kesiapan dalam dunia profesional.

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Bagi lembaga pendidikan, karya ini menambah referensi akademis dalam bidang desain komunikasi visual serta memperlihatkan penerapan ilmu yang relevan dengan kebutuhan industri. Hal ini juga menegaskan peran lembaga pendidikan sebagai institusi yang mendorong karya aplikatif.

3. Bagi *Target Audience*

Memberikan identitas visual yang dapat memudahkan pengenalan dan meningkatkan rasa keterikatan. Citra sasana yang lebih modern dan konsisten juga memperkuat daya tarik serta menumbuhkan kebanggaan bagi komunitasnya.

4. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, identitas visual ini memperkenalkan bela diri sebagai aktivitas positif untuk kesehatan dan pembentukan karakter. Selain itu, karya ini menunjukkan peran desain dalam mendukung perkembangan komunitas olahraga dan industri kreatif di Yogyakarta.

F. Definisi Operasional

1. Identitas Visual

Identitas visual merupakan bentuk representasi grafis yang menggambarkan sebuah merek beserta tujuan serta nilai-nilai yang diusungnya. Identitas ini dibangun untuk menunjukkan posisi merek di

pasar sekaligus menjangkau audiens yang dituju. Unsur-unsur yang biasanya menjadi bagian dari identitas visual antara lain nama, logo, dan kemasan (Prihatmoko, 2023).

2. Jogja Topteam

Jogja Topteam (JTT) merupakan sebuah sasana bela diri di Yogyakarta yang menaungi berbagai disiplin ilmu seperti judo, tinju, muay thai, *Brazilian Jiu Jitsu* (BJJ), jiu jitsu tradisional, hingga *Mixed Martial Arts* (MMA). Komunitas ini berdiri sejak tahun 2006 atas inisiasi Pintoko Kusumajati, seorang praktisi sekaligus pelatih bela diri asal Yogyakarta. Berlandaskan filosofi *The Unity of Fight Culture*, JTT menekankan nilai kesatuan dalam keberagaman seni bela diri serta membawa visi kesejahteraan yang tidak hanya menyentuh aspek materi, tetapi juga mencakup keseimbangan pikiran, jiwa, dan raga. JTT juga mempunyai misi untuk menggabungkan unsur budaya lokal dengan bela diri.

G. Metode Perancangan

1. Data yang Dibutuhkan

a. Data Primer

Informasi data primer diperoleh langsung dari Jogja Topteam melalui wawancara dengan pemilik, pelatih, serta anggota sasana. Data ini mencakup sejarah berdirinya, visi dan misi, filosofi, kegiatan yang diselenggarakan, serta harapan pemilik terhadap identitas visual yang baru.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari studi pustaka melalui buku, jurnal, artikel, serta sumber daring yang relevan. Data ini meliputi teori mengenai identitas visual, prinsip desain logo, strategi *branding* dalam bidang olahraga, serta referensi karya sejenis berupa identitas visual sasana atau akademi bela diri di dalam maupun luar negeri.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Dilakukan dengan pemilik dan pelatih Jogja Topteam untuk memperoleh informasi mengenai sejarah, filosofi, serta kebutuhan

sasana terhadap identitas visual. Wawancara juga dilakukan dengan anggota untuk memahami persepsi mereka terhadap sasana.

b. Studi Pustaka

Dilakukan dengan menelaah berbagai literatur, baik berupa buku, jurnal, maupun artikel yang berkaitan dengan desain komunikasi visual, identitas visual, *branding* olahraga, serta referensi perancangan sejenis.

c. Observasi

Dilakukan dengan mengamati langsung kegiatan latihan di Jogja Topteam, fasilitas yang tersedia, suasana sasana, serta media promosi yang sudah digunakan. Observasi ini bertujuan untuk memahami karakter visual dan atmosfer yang dapat diangkat ke dalam identitas visual.

H. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah SWOT. Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dalam suatu organisasi, proyek, atau bisnis. Proses ini umumnya melalui tiga tahapan utama, yaitu pengumpulan data, analisis, serta pengambilan keputusan berdasarkan hasil analisis tersebut. Tujuan utama dari analisis SWOT adalah mengidentifikasi faktor-faktor penting yang mempengaruhi organisasi, sehingga dapat mengoptimalkan kekuatan, meminimalisasi kelemahan, mengantisipasi ancaman, serta memanfaatkan peluang untuk pengembangan di masa depan (Sasoko & Mahrudi, 2022). Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu:

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan (*Strengths*) merupakan kondisi internal yang menjadi potensi unggulan dalam suatu organisasi. Faktor-faktor ini mencerminkan kompetensi khusus atau kelebihan utama yang dimiliki organisasi sehingga membedakannya dari pihak lain.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*Weaknesses*) adalah kondisi atau faktor yang mencerminkan keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki oleh suatu organisasi. Secara umum, keberadaan kelemahan merupakan hal yang alami dan tidak dapat sepenuhnya dihindari dalam setiap organisasi.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang (*Opportunities*) merupakan kondisi eksternal di luar organisasi yang bersifat menguntungkan dan dapat dimanfaatkan sebagai potensi strategis untuk mendorong kemajuan serta perkembangan organisasi atau perusahaan.

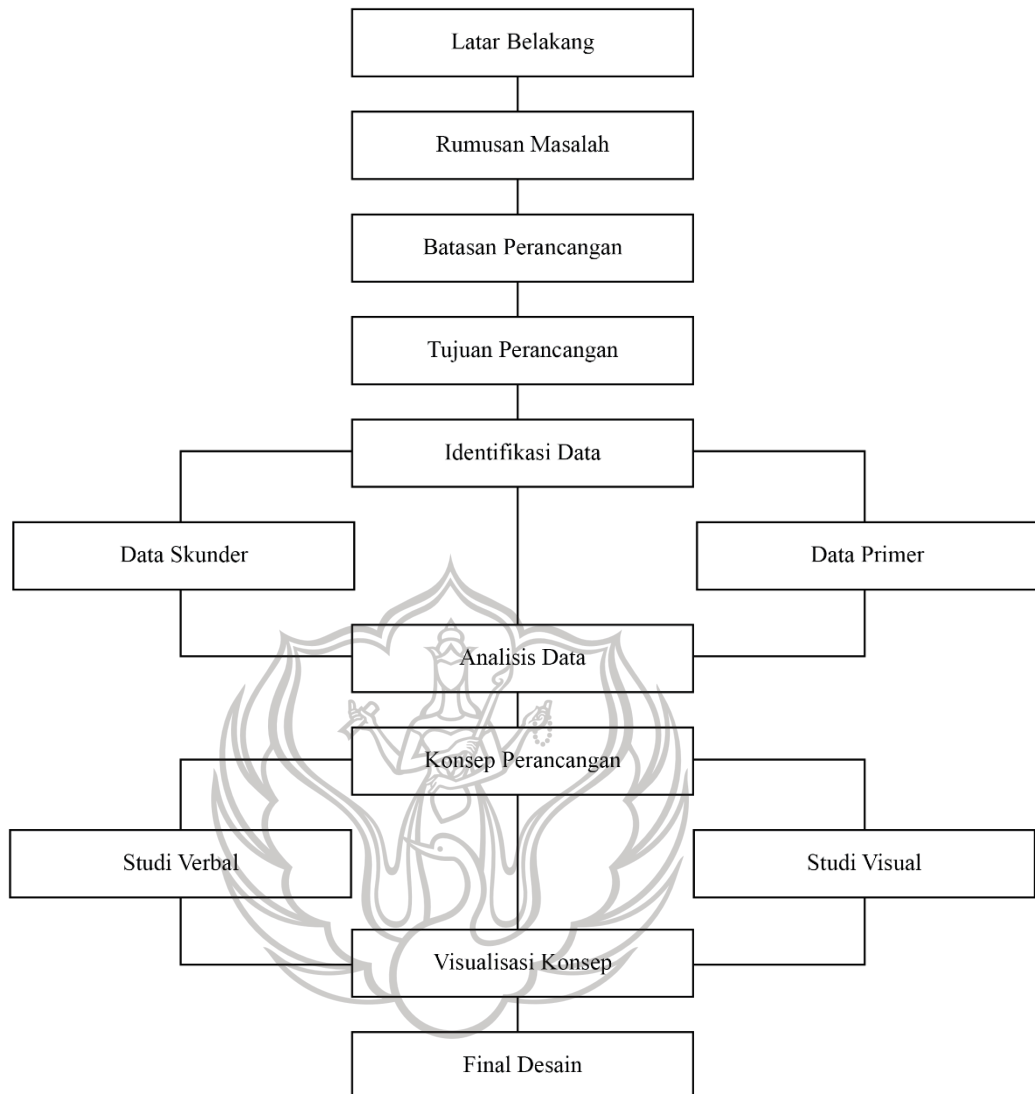
4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman (*Threats*) adalah kondisi eksternal yang berpotensi menghambat atau mengganggu keberlangsungan operasional suatu organisasi atau perusahaan. Faktor-faktor ini berasal dari lingkungan luar yang bersifat tidak menguntungkan dan dapat menimbulkan risiko terhadap stabilitas maupun perkembangan organisasi.

Dalam analisis SWOT hubungan antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman saling berkaitan dalam membentuk strategi organisasi. Kekuatan dan kelemahan menggambarkan faktor internal yang mempengaruhi kondisi dasar organisasi, sedangkan peluang dan ancaman berkaitan dengan faktor eksternal yang berasal dari lingkungan di luar organisasi.

Analisis SWOT bersifat deskriptif sekaligus subjektif, sehingga dimungkinkan adanya perbedaan hasil penilaian dari individu yang terlibat dalam suatu organisasi terhadap keempat komponennya. Perbedaan tersebut merupakan hal yang wajar mengingat analisis SWOT tidak dimaksudkan untuk memberikan solusi instan, melainkan sebagai alat untuk menghasilkan arahan strategis. Rekomendasi yang diperoleh dari analisis ini bertujuan untuk mempertahankan dan mengoptimalkan kekuatan, memanfaatkan peluang yang tersedia, serta meminimalisir kelemahan dan mengantisipasi potensi ancaman (Fatimah, 2016). Dalam konteks perancangan identitas visual Jogja Topteam, analisis SWOT berperan penting untuk memahami posisi organisasi sekaligus merumuskan strategi visual yang tepat.

I. Skematika Perancangan



Gambar 1. 4 Skematika Perancangan
(Sumber: Setiadi, 2025)