

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PERSEWANGI
BANYUWANGI



Perancangan

Oleh:

Nur Muhammad Aminuddin Wahid

NIM. 1410100124

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2018

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PERSEWANGI BANYUWANGI diajukan oleh Nur Muhammad Aminuddin Wahid, NIM 1410100124, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Ketua Program Studi S-1
Desain Komunikasi Visual/Anggota

Indiria Maharsi, S.Sn, M.Sn.
NIP: 19720909 200812 1 001



ABSTRAK

Nur Muhammad Aminuddin Wahid

Perancangan Identitas Visual Persewangi Banyuwangi

Di Indonesia sepak bola menjadi olahraga yang sangat digemari oleh semua lapisan masyarakat, aroma-aroma fanatisme senantiasa terasa di kala sebuah tim bermain bahkan hal ini terjadi di Liga 2 dan Liga 3 Indonesia. Keadaan fanatisme ini terkadang menjadi sebuah fenomena dimana setiap tim membuat sebuah citra identitas untuk kebutuhan tim, baik disengaja maupun tidak. Sebuah hal yang positif jika identitas tersebut dikerjakan secara konsisten sehingga membangun citra yang benar-benar kuat.

Persewangi adalah sebuah tim yang berada di Banyuwangi Jawa Timur. Persewangi sendiri memiliki basis *supporter* yang lumayan kuat bahkan setelah tim ini dinyatakan degradasi ke Liga 3 Indonesia tahun 2018. Boleh disadari atau tidak tim-tim di Liga 3 lainnya kebanyakan sudah memulai memperbaiki identitas visual mereka, maka dari itu meskipun tidak tampil di kasta tertinggi Persewangi tidak boleh mengabaikan identitas visual mereka. Perbedaan kasta tidak menjadi tolak ukur bagaimana sebuah tim bisa mengabaikan identitas visual, karena identitas visual berkaitan dengan kebutuhan tim itu sendiri maupun masyarakat Banyuwangi secara luas.

Perancangan identitas visual Persewangi Banyuwangi bertujuan untuk membangun citra sebuah tim sepak bola daerah. Perancang mencoba memasukkan kebudayaan daerah sebagai unsur utama untuk dimasukkan ke dalam perancangan ini, dengan pertimbangan budaya yang sudah sangat familier di Banyuwangi. Identitas visual tidak serta merta mampu menolong keadaan sebuah klub menjadi lebih baik secara tiba-tiba. Keadaan tim yang sehat tetaplah berada di ruang lingkup manajemen tim itu sendiri, karena sifatnya membangun citra maka identitas visual erat kaitannya dengan masyarakat seperti penerapan media yang digunakan sebagai sarana penyebaran informasi.

Kata Kunci: Sepak bola, Identitas Visual, Persewangi,

ABSTRACT

Nur Muhammad Aminuddin Wahid

Designing the Visual Identity Persewangi Banyuwangi

In Indonesia football is a sport that is very popular with all levels of society, the scent of fanaticism is always felt when a team plays even this happens in League 2 and League 3 Indonesia. This state of fanaticism is sometimes a phenomenon where each team creates an identity image for the needs of the team, whether intentional or not. A positive thing if the identity is done consistently so as to build a truly strong image.

Persewangi is a team located in Banyuwangi, East Java. Persewangi itself has a fairly strong base of supporters even after the team was declared relegated to Liga 3 Indonesia in 2018. It may be realized or not the teams in the other 3 League have already started to improve their visual identity, and therefore not appearing in the highest cast of Persewangi must not ignore their visual identity. Caste differences do not become a benchmark for how a team can ignore visual identity, because visual identity is related to the needs of the team itself and the people of Banyuwangi widely.

The design of the Persewangi Banyuwangi visual identity aims to build the image of a regional football team. The designer tried to include regional culture as the main element to be included in this design, with cultural considerations that are already very familiar in Banyuwangi. Visual identity is not necessarily able to help a club become better suddenly. The condition of a healthy team depends on the management of the team because the nature of building an image is that the visual identity is closely related to the community such as the application of media used as a means of disseminating information.

Keyword: *Football, Visual Identity, Persewangi,*

A. Latar Belakang Masalah

Sepak bola merupakan olahraga paling populer dan diminati di seluruh dunia. Setiap ada pertandingan sepak bola, baik di kejuaraan tingkat internasional, seperti Piala Dunia, Piala Eropa, Piala Asia maupun tingkat nasional seperti Liga Super Indonesia (saat ini bernama Liga Satu Indonesia) dan Pekan Olahraga Nasional (PON), sepak bola akan menyita perhatian masyarakat. Masyarakat Indonesia juga sangat antusias terhadap olahraga ini.

Persatuan Sepak bola Banyuwangi (disingkat Persewangi) adalah sebuah tim sepak bola yang ada di Indonesia. Untuk sebuah tim sepak bola yang musim lalu (2016-2017) bermain di Liga 2 tentunya Persewangi harus mempunyai citra visual yang baik, sehingga mampu mewakili sebuah klub dari Jawa Timur yang dimiliki Banyuwangi dengan berbagai macam kekayaan budaya yang ada. Suporter sebagai elemen penting sepak bola juga harus diperhatikan keberadaannya, sebagai contoh St. Pauli (klub sepak bola Jerman yang berbasis di kota Hamburg) sangat memperhatikan loyalitas suporter, sehingga mereka begitu memperhatikan antusias pendukung akan daya beli merchandise klub. Persewangi dapat mempelajari langkah mereka untuk mulai membangun sebuah citra yang baik.

PSS Sleman (Perserikatan Sepak bola Sleman) adalah salah satu contoh klub yang tidak berada di kasta tertinggi namun sangat mengedepankan kreativitas dan loyalitas pendukungnya. Mereka mampu membangun ekonomi kreatif dan mulai menjalankan bisnis merchandise yang diberi nama Curva Sud Shop (CSS). Dengan modal seadanya, CSS dihadapkan pada kesulitan-kesulitan yang mesti dilalui. Mulai dari tempat, hingga pekerja yang rela dibayar rendah. Puncak perjalanan BCS (Brigata Curva Sud) terjadi pada 2017. Saat itu, salah satu situs yang fokus terhadap perkembangan suporter sepak bola dunia, Copa90, menasbihkan BCS sebagai suporter terbaik Asia.

Kesaan pertama orang melihat identitas visual Persewangi Banyuwangi harus diperhatikan, karena penampilan identitas visual klub sepak bola biasanya mampu membangun spirit dan rasa memiliki. Beberapa indikasi kurang maksimalnya identitas visual yang sudah ada salah satunya belum terbentuknya maskot dan identitas warna yang sedikit berbeda dengan apa yang ditampilkan di logo.

Melihat persoalan yang dialami Persewangi Banyuwangi, maka muncul gagasan untuk merancang identitas visual Persewangi Banyuwangi. Dengan harapan identitas visual ini mampu membantu Persewangi memperbaiki citra sekaligus membangkitkan spirit dan rasa memiliki, dengan acuan yang apa yang telah dilakukan beberapa klub seperti Bali United dan PSS Sleman tidak menutup kemungkinan beberapa klub lain yang dianggap sesuai.

Merancang identitas visual merupakan satu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu klub sepak bola dikenal dan dibedakan dari klub sepak bola lainnya. Identitas klub sepak bola tersebut harus diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi segala hal khas atau unik berkenaan dengan klub sepak bola yang bersangkutan secara fisik.

Seiring dengan itu, Persewangi Banyuwangi merasa sangat perlu untuk menciptakan identitas visual yang tidak hanya mampu menampilkan identitas citra sutau tim sepak bola, tetapi juga mampu menampilkan kekayaan budaya lokal Banyuwangi sendiri, sehingga diharapkan setidaknya menjaga antusiasme masyarakat akan tim sepak bola daerahnya sendiri..

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas visual Persewangi Banyuwangi untuk memperbaiki citra dengan mengolah ciri khas budaya lokal?

C. Tujuan Perancangan

- a. Perancangan identitas visual ini sebagai usaha memperbaiki citra Persewangi Banyuwangi agar lebih baik lagi.
- b. Mencoba memperkenalkan kekayaan budaya lokal melalui cabang olahraga yaitu sepak bola, dengan identitas visual yang unik sehingga mampu menjaga atau meningkatkan antusiame masyarakat Banyuwangi.
- c. Menunjukkan bahwa tim yang bukan berada di kasta tertinggi sepak bola Indonesia yaitu Persewangi Banyuwangi juga mampu memiliki identitas visual yang baik (konsisten).

D. Batasan Perancangan

Untuk menghindari lingkup pembahasan yang terlalu meluas namun tanpa mengurangi keinginan yang sedang dicapai, maka perlu adanya batasan perancangan :

- Perancangan ini dikhususkan untuk klub Persewangi Banyuwangi, namun dalam penerapan identitas visual tetap memperhatikan khalayak mana yang akan dituju.
- Hanya akan menampilkan ciri khas kebudayaan lokal Banyuwangi.

E. Manfaat Perancangan

a. Manfaat Bagi Masyarakat

Memberikan kesan bahwa kesebelasan yang bukan bermain di kasta tertinggi sepak bola Indonesia juga mampu memiliki identitas visual yang baik sekaligus memperbaiki citranya, dengan memiliki identitas visual yang unik dan membawa unsur kebudayaan lokal daerahnya baik melalui konten digital seperti sosial media maupun media cetak.

b. Manfaat Bagi Persewangi Banyuwangi

Perancangan akan bermanfaat untuk menunjang aktivitas klub, dan juga menambah daya tarik masyarakat untuk mendukung tim sepak bola daerah Banyuwangi sehingga diharapkan mampu membangun kecintaan masyarakat terhadap Persewangi baik dari segi rasa dan jumlah.

c. Manfaat Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual dan Fakultas Seni Rupa.

Melalui perancangan ini penulis sebagai mahasiswa tingkat akhir menemukan hal-hal baru yang dapat menambah wawasan penulis, terutama mengenai identitas visual yang berkaitan dengan olahraga serta menumbuhkan kecintaan mereka terhadap tim sepak bola daerahnya.

F. Metode Perancangan

Dalam perancangan ini akan digunakan metode pendekatan kualitatif yang mana hasil datanya berupa deskripsi dalam bentuk kata dan bahasa yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan untuk membuat perancangan identitas visual Persewangi Banyuwangi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

a. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

Wawancara dengan pemerhati Persewangi Banyuwangi, seperti manajer tim, pelatih, kelompok suporter, pemain ataupun mantan pemain. Tidak lupa pula Dinas Pemuda dan Olahraga Banyuwangi untuk mengetahui info sepak bola Banyuwangi sebagai bahan perancangan.

b. Data Sekunder

1. Foto atau dokumenter yang berkaitan dengan Persewangi Banyuwangi dan kekayaan budaya kota Banyuwangi dan gambar tempat yang bisa dijadikan bahan visual dalam perancangan.
2. Pengumpulan data primer yang langsung dari sumbernya berasal dari literatur yang bersumber dari buku, maupun sumber pustaka lain yang berkaitan dengan Persewangi Banyuwangi.

b. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan selama pengumpulan data ialah alat tulis, recorder, dan kamera untuk memperoleh referensi visual tempat.

G. Metode Analisis Data

Dari semua input data yang terkumpul selanjutnya akan dianalisis menggunakan metode 5W + 1H dengan pola perancangan sebagai berikut :

- a. *What* : Apa permasalahan yang ada di identitas visual Persewangi?
- b. *Who* : Siapa target dari perancangan ini?
- c. *Where* : Dimana perancangan ini dipublikasikan agar bisa sampai ke target audience?
- d. *When* : Kapan
- e. *Why* : Mengapa perancangan ini perlu dilakukan ?
- f. *How* : Bagaimana merancang identitas visual tersebut ?



PEMBAHASAN

A. Konsep Kreatif

1. Citra Visual yang Ditampilkan

Citra visual yang coba ditampilkan tentu saja mencoba memasukkan budaya Banyuwangi melalui cabang olahraga sepak bola, yaitu tim Persewangi. Unsur-unsur budaya yang akan tampil yaitu budaya yang familier dengan masyarakat agar lebih mengena dan menjaga aspirasi masyarakat bahwa inilah budaya Banyuwangi.

2. Identitas yang Ditonjolkan

Memasukkan kekayaan budaya lokal dipilih bukan tanpa alasan mengingat Banyuwangi merupakan kabupaten terluas di pulau Jawa, diharapkan sentuhan rasa kebudayaan lokal mampu menyentuh hati masyarakat Banyuwangi. Selain itu cerita-cerita rakyat masih memiliki pengaruh kuat terhadap persepsi masyarakat dan menjadi suatu pertimbangan khusus untuk memasukkannya di dalam identitas visual klub.

Identitas suatu klub sepak bola terutama di Indonesia biasanya menggunakan kekayaan budaya daerah masing-masing sebagai tonggak identitas itu sendiri. Banyuwangi merupakan kabupaten yang sangat kaya akan budaya daerah, maka dari itu yang akan ditonjolkan pada logo adalah budaya yang paling terkenal yaitu Tari Gandrung.

Untuk maskot akan menggunakan tokoh terkenal dari sejarah Banyuwangi yaitu Menak Djingga (tokoh dari kerajaan Blambangan), sosok yang gagah dan tegas yang diharapkan mampu mengimbangi rasa tekad pendukung setia Persewangi yaitu Laros Jenggirat. Tokoh ini sering muncul juga di bendera-bendera saat pertandingan akan dimulai.

B. Strategi Kreatif

1. Unsur-unsur Ikonik

a. Logo

Seperti yang kita ketahui tari Gandrung merupakan budaya yang paling populer dan hampir semua elemen masyarakat tahu dan biasanya di festival kesenian sekolah tarian ini menjadi suguhan wajib. Kelebihan tari Gandrung

ialah semua elemen masyarakat bisa memainkannya (biasanya diperankan oleh perempuan), tidak seperti tari Seblang yang hanya orang-orang tertentu yang mampu melakukan tarian tersebut.

Proses penanaman unsur budaya lokal pada logo Persewangi tidak memasukkan semua unsur-unsur visual yang terkandung pada tari Gandrung, tetapi hanya mengambil elemen visual yang sangat ikonik yaitu mahkota penari Gandung atau masyarakat sering menyebutnya dengan Omprok.

Proses pemilihan budaya pada desain Logo:

1. Dipilih melalui budaya yang paling populer di Banyuwangi. Budaya yang dipilih harus budaya yang diketahui seluruh masyarakat Banyuwangi.
2. Terpilihlah Gandrung sebagai tarian khas yang diketahui secara meluas oleh masyarakat Banyuwangi
3. Budaya yang terpilih kemudian disederhanakan, dengan mengambil unsur yang paling kuat secara visual yaitu : Omprok (mahkota tari Gandrung)
4. Omprok diolah sehingga mampu mencerminkan sebuah logo klub sepakbola dengan cara ditambahkan ikon bola dan nama klub.

Budaya yang sudah sangat akrab di telinga masyarakat seperti tari Gandrung diharapkan mampu menumbuhkan semangat baru ketika dimasukkan ke dalam logo yang telah dirancang. Omprok dipilih menjadi unsur visual yang paling kuat karena sangat ikonik berada di atas kepala.

b. Maskot

Menak Djingga (penulisan naskah kuno *Babad Majapahit*) yang telah diterjemahkan dalam buku suntingan teks dan terjemahan Yudhi Irawan merupakan salah satu anggota tiga Adipati Majapahit yang menjaga tanah Blambangan. Namun masyarakat Banyuwangi lebih familier dengan menyebutnya Minak Jinggo.

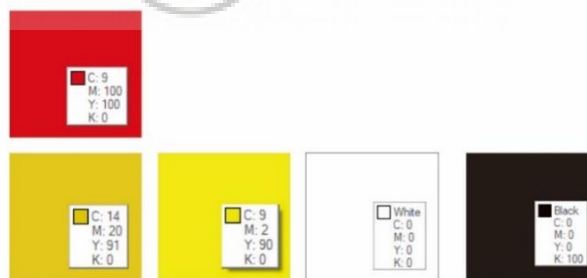
Budaya yang melekat kuat tentang sejarah Banyuwangi yaitu cerita rakyat Minak Jinggo dipilih menjadi maskot. Berbeda dengan Gandrung yang bermuara pada seni tari, cerita Minak Jinggo ini memiliki pengaruh besar terhadap

kerajaan Blambangan. Upaya pelestarian cerita rakyat ini coba dilestarikan lewat budaya daerah melalui pertunjukan Janger atau kadang disebut Damarwulan atau Jinggoan. Pertunjukan ini sejenis dengan ketoprak dan ludruk yang mengisahkan sejarah Banyuwangi.

Uniknya maskot Minak Jinggo sering kali menghiasi beberapa halaman media sosial di internet, sehingga Laros Jenggirat sering memakai sosok yang gagah ini saat pertandingan berlangsung. Kekurangan maskot ini adalah masih menggunakan postur tubuh manusia asli, mungkin jika diterapkan ke media tertentu akan mengalami beberapa kendala karena ruang media yang biasanya kurang mendukung jika maskot menggunakan bentuk postur tubuh manusia asli. Perancang mencoba membuat ulang maskot dengan cara membentuk ulang karakter Minak Jinggo secara visual dengan menyederhanakan bentuk dan posturnya, seperti maskot-maskot yang ada di klub Indonesia.

2. Warna Dasar

Hari Wijaya mengatakan persewangi memiliki warna dasar yaitu merah dan hitam. Persewangi sendiri menerapkan warna dasar merah putih pada logonya, hal ini masih relevan karena persewangi memiliki kostum tandang berwarna merah putih. Warna dasar yang akan dipakai kemungkinan besar yaitu merah, putih, dan hitam, sedangkan warna kuning keemasan akan ditambahkan sebagai warna Omprok dan perhiasan yang akan dipakai maskot. Warna merah menyala pada logo yang lama tetap dipertahankan pada logo yang akan dirancang.



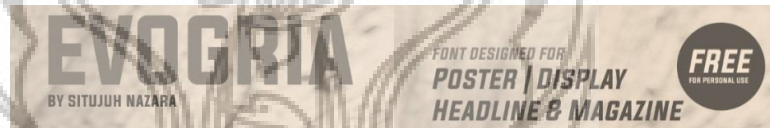
Gambar 92. Referensi warna yang akan dipakai
(Sumber: nur muhammad a.w / 10 Juni 2018)

3. Tipe Huruf

Tipe huruf yang akan digunakan mengacu pada Bab II bagian “Tipografi Pada Identitas Visual Sepak bola” menggunakan jenis tipografi *San Serif*. Aspek *readability* sangat dipertimbangkan di logo sepak bola, apalagi kebanyakan logo tim sepak bola terkesan mewah dan ramai terutama di Indonesia. Maka dari itu untuk logo tipe huruf yang digunakan ialah *San Serif*

Tipografi *San Serif* juga akan sering dipakai pada *layout* infografis baik yang bergerak maupun tidak. Tujuan dari dipilihnya jenis huruf *San Serif* ialah supaya penerima informasi lebih cepat menangkap apa yang ingin disampaikan. Untuk *merchandise* mungkin akan ada beberapa desain yang menggunakan jenis huruf lain seperti *Dekoratif*. Hal ini mengacu pada beberapa jenis media yang akan diterapkan.

Salah satu jenis *font* yang dirasa memenuhi kriteria yang diinginkan adalah *Evogria*. Jenis huruf ini memiliki tingkat keterbacaan yang sangat baik dan cocok sebagai pendamping elemen logo.



Gambar 93. *Evigria font*
(Sumber: www.dafont.com/ 10 Juni 2018)

Nama tim yaitu tulisan “Persewangi” menggunakan *typeface* yang telah diciptakan melalui elemen-elemen logo yang ada pada logo Persewangi yaitu Omprok. Bagian yang diambil yaitu bagian pelindung dahi, elemen pelindung dahi tersebut akan dikombinasikan dengan *font* Geometric 415 agar menjadi *typeface* yang dimiliki Persewangi.

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÀÁÊË
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyzàáêëïöü& l
234567890(\$£€.,!?)

Gambar 94. *Geometr 415 font*
(Sumber: www.dafont.com/ 10 Juni 2018)

C. VISUALISASI

1. GSM (Graphic Standard Manual)

PENDAHULUAN

Persewangi adalah klub sepak bola yang didirikan pada tahun 1978. Klub ini memiliki sejarah yang panjang dan prestise yang tinggi. Logo Persewangi adalah simbol yang menggambarkan semangat dan keberanian klub. Logo ini terdiri dari dua kepala gajah yang saling berhadapan, dengan warna emas dan merah yang mencolok. Di bagian bawah logo, terdapat tulisan 'PERSEWANGI' dalam huruf kapital yang tegas dan modern.

DAFTAR ISI

- Pendahuluan
- Logo
- Warna
- Tipografi
- Mascot
- Penerapan Media

LOGO

SKETSA:

Persewangi memiliki logo yang unik dan khas. Logo ini terdiri dari dua kepala gajah yang saling berhadapan, dengan warna emas dan merah yang mencolok. Di bagian bawah logo, terdapat tulisan 'PERSEWANGI' dalam huruf kapital yang tegas dan modern.

WARNA:

Warna utama Persewangi adalah merah dan emas. Warna merah memiliki kode hex #C00000, dan warna emas memiliki kode hex #FFD700. Terdapat juga variasi warna lain yang digunakan dalam logo, seperti hitam dan putih.

LOGO

LEKEM & MARKA:

Logo Persewangi memiliki beberapa variasi yang digunakan dalam branding klub, termasuk logo yang lebih kecil dan logo yang lebih besar. Logo ini juga digunakan sebagai elemen desain dalam merchandise klub.

LOGO

CLEAR AREA & GRID:

Logo Persewangi memiliki clear area yang jelas, yang memastikan logo tetap terlihat jelas dan terbaca di berbagai ukuran dan latar belakang.

BACKGROUND CONTROL

Logo Persewangi harus ditempatkan pada latar belakang yang sesuai, seperti merah, hitam, atau putih, untuk memastikan logo tetap terlihat jelas dan terbaca.

INCORRECT USE

Logo Persewangi tidak boleh digunakan dengan cara yang salah, seperti mengubah warna logo atau menambahkan elemen lain yang tidak ada dalam logo asli.

TIPOGRAFI

TIPOGRAFI LOGO:

Logo Persewangi menggunakan font yang tegas dan modern, yang memastikan logo tetap terlihat jelas dan terbaca di berbagai ukuran dan latar belakang.

TIPOGRAFI

FONT BODY:

1234567890

FONT BODY "GOTHIC BOLD":

1234567890

FONT BODY:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

FONT BODY "GOTHIC BOLD":

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

MASCOT

Logo Persewangi memiliki mascot yang unik dan khas, yang menggambarkan semangat dan keberanian klub. Mascot ini terdiri dari dua kepala gajah yang saling berhadapan, dengan warna emas dan merah yang mencolok.

PENERAPAN MEDIA

Logo Persewangi dapat diterapkan dalam berbagai media, seperti merchandise klub, website klub, dan media sosial klub.

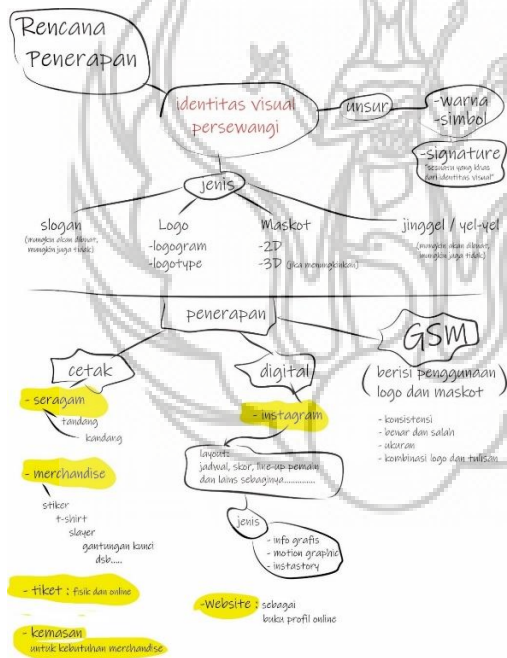
PENERAPAN MEDIA

Logo Persewangi dapat diterapkan dalam berbagai media, seperti merchandise klub, website klub, dan media sosial klub.





2. MIND MAPPING dan Poster



A. Kesimpulan

Sepakbola merupakan olahraga yang kini menjadi profesi yang diidam-idamkan oleh masyarakat. Beberapa orang melakukannya atas dasar cinta, namun semua orang harus tetap sadar akan hak dan tanggung jawab masing-masing. Di Indonesia masih ada beberapa kasus tentang kurangnya profesionalisme manajemen dalam mengelola sebuah tim, seperti menunda gaji para pemainnya. Masyarakat yang akan dan sedang meniti karir menjadi pemain profesional tentunya menginginkan tempat yang layak untuk mengembangkan potensi mereka.

Setiap tim di Indonesia tentunya membutuhkan sebuah identitas, baik tim yang berlaga di Liga 3 Indonesia sekalipun. Identitas visual merupakan salah satu kebutuhan yang tidak bisa diabaikan jika melihat tim-tim lain sedang gencar-gencarnya membangun identitas visual mereka masing-masing. Konsisten bisa jadi merupakan tolak ukur bagaimana setiap tim mengelola identitas visual. Identitas visual yang konsisten bisa jadi merupakan sebuah indikasi bahwa tim tersebut merupakan tim yang profesional.

Persewangi Banyuwangi sendiri sudah melakukan apa yang dinamakan membangun identitas visual, meskipun ada beberapa hal yang sepertinya masih bisa dimaksimalkan lagi. Hasil perancangan ini diharapkan mampu menjawab persoalan yang tengah dihadapi Persewangi dalam membuat identitas visual yang mampu menumbuhkan spirit dan rasa memiliki. Logo dan maskot dirasa menjadi sebuah hal yang begitu penting karena keduanya berfungsi sebagai simbol perwakilan daerah klub tersebut, sehingga memasukkan unsur kebudayaan daerah merupakan hal yang sangat positif bagi Persewangi. Dimasa depan ketika klub ini sudah atau akan mencapai prestasi terbaiknya diharapkan citra yang baik tetap terbawa, setidaknya identitas visual yang dimiliki tidak kalah menarik ketika disejajarkan dengan tim-tim kuat lainnya seperti tim-tim di Asia.

B. Saran

Perancangan ini diharapkan mampu memberi energi baru walaupun dalam bentuk identitas visual terhadap Persewangi sehingga mampu memaksimalkan potensi tim ini dan Persewangi tetap menjadi tim yang mampu bersaing dengan tim lainnya. Rasa memiliki sangat berpengaruh dalam proses perancangan ini, maka perancangan ini hanya bersifat usulan saja. Melalui beberapa pertimbangan dirasa identitas visual ini juga perlu dipertimbangkan demi kemajuan sepak bola Banyuwangi. Diharapkan penelitian ini mampu membuka peluang untuk dilakukan oleh peneliti berikutnya dengan membawa nama Banyuwangi melalui sepak bola.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Carter, David E. (1985). *How to Improve Your Corporate Identity*, Art Direction Book Company, New York,

Irawan, Yudhi. (2013). *Babad Majapahit*. Jakarta : Perpustakaan Nasional RI

Napoles, Veronica. (1998). *Corporate Identity Design*. John Wiley & Sons, Canada.

Rustan, Surianto. (2009). *Layout Dasar Dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia.

Rustan, Surianto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sanyoto, Sadjiman Ebdi (2009). *Nirmana Dasar-Dasar Seni dan Desain*, Yogyakarta: Jalasutra.

Wheeler, Alina. (2009). *Designing Brand Identity: An Essential Guide For The Entire Branding Team*. Hoboken, New Jersey: John Willey & Son. Inc.

Webtografi

<https://www.panditfootball.com/cerita/205705/FVA/160721/dilema-logobaru-liga-inggris>. Diakses pada 03 Desember 2017

<https://blog.sribu.com/peran-desain-maskot-untuk-kesuksesan-sebuah-brand/>. Diakses pada 03 Desember 2017

<http://www.tintapendidikanindonesia.com/2017/04/unsur-dasar-senirupa.html>. Diakses pada 03 Desember 2017

<https://www.fifa.com/worldcup/news/wolf-chosen-2018-fifa-world-cup-official-mascot-and-named-zabivaka-2845435>. Diakses pada 04 Desember 2017

<https://www.liverpoolfc.com/kopkids/mighty-red-activities>. diakses pada 09 Desember 2017

http://www.beritasatu.com/sepak_bola/192651-perjalanan-panjang-jersey-kuning-timnas-brasil. Diakses pada 5 Mei 2018

https://bola.tempo.co/read/849924/mengenal-bcs-pss-sleman-yangdisebut_ultras-terbaik-asia. Diakses pada 09 Desember 2017

<https://football-tribe.com/indonesia/2017/08/25/maskot-klub-diliga-indonesia>.
Diakses pada 09 Desember 2017

<http://sleman-football.com/falcao-pencair-suasana-panasnya-laga>. Diakses pada 09 Februari 2017

<https://ceritasepakbola.com/2010/12/10/persisamputra-samarinda>. Diakses pada 21 Oktober 2017

<http://www.panditfootball.com/cerita/207416/SFS/170117/makna-hurufj-dalam-olok-olok-logo-baru-juventus>. Diakses pada 02 Oktober 2017

<http://www.banyuwangibagus.com/2014/10/mengenal-batik-khas-banyuwangi>.
Diakses pada 06 Juni 2018

<http://www.banyuwangibagus.com/2014/11/tradisi-kebo-keboan-suku-osing/> Diakses
ada 06 Juni 2018

<http://www.eastjava.com/tourism/banyuwangi/ina/seblang-dance>. Diakses ada 06 Juni 2018

Daftar Wawancara

Armando, Vikki. *Interview Pemain Persewangi di Kec.Rogojampi*: Banyuwangi, 12 Maret 2017, 30:00 menit

Iswahyudi, Bagong. *Interview Pelatih Kepala Persewangi di Rumah Pak Sus*: Banyuwangi, 01 April 2017, 57:45 menit

Mustain, Ahmad. *Interview Sesejuh Laros Jenggirat di rumahnya*: Banyuwangi. 07 April 2017, 01:27:17 jam

Suwandi. *Interview Sesejuh Persewangi di rumahnya*: Banyuwangi. 04 April 2017, 54:34 menit

