



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) merupakan asosiasi tertinggi yang memiliki wewenang atas seluruh aktifitas terkait sepak bola, baik dalam menetapkan regulasi hingga sebagai pengembang fasilitas sepak bola di Indonesia. Terlebih secara *brand-name awareness*, lembaga tersebut sudah dikenal dengan baik oleh masyarakat Indonesia. Namun secara persepsi, *brand* tersebut tidak dipandang sebagai lembaga disiplin dan regulatif melainkan lembaga yang sibuk akan permasalahan politik dan tidak memiliki konsistensi terkait perancangan regulasi. Selain konflik internal, Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) tengah merancang *sub-brand* baru seperti Garuda Official, PSSI TV, Garuda Fans dan asosiasi Provinsi atau asosiasi yang mengurus kegiatan terkait sepak bola di masing-masing Provinsi.

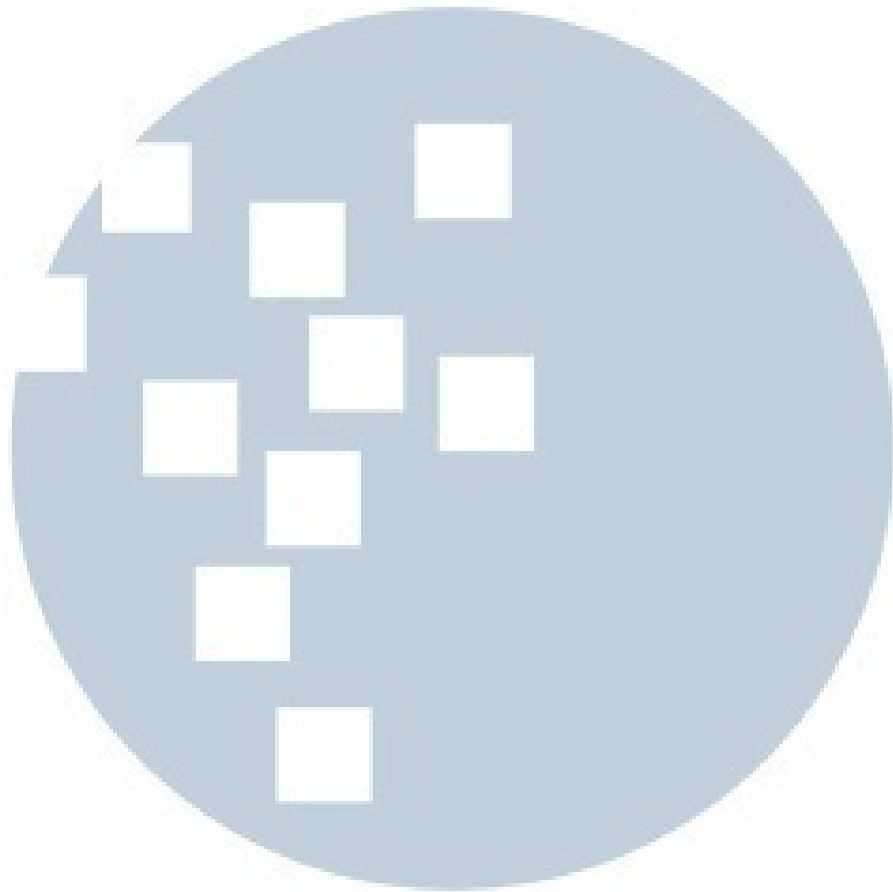
Merujuk dari data yang telah penulis dapatkan melalui proses wawancara, penulis mendapatkan hasil bahwa Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) tengah mempersiapkan proyeksi secara besar di era baru dengan rentang waktu 5-10 tahun ke depan, hal tersebut meliputi penempatan logo milik Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) ke *jersey* tim nasional sepak bola Indonesia. Selain itu, bukan tidak mungkin dalam rentang waktu tersebut, Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) akan memiliki bentuk piktorial baru yang terinspirasi dari lambang garuda. Umumnya lambang garuda telah menjadi pemersatu antara Indonesia dengan sepak bola, hal tersebut telah terbentuk sejak

1970-an hingga sekarang, bagaimana tim nasional memiliki julukan ‘garuda Asia’, ‘garuda jaya’, ‘garuda nusantara’, ‘garuda muda’ dan ‘tim nasional garuda’. Melalui fenomena permasalahan tersebut penulis kemudian menyimpulkan bahwa Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia, tengah mempersiapkan proyeksi secara besar dengan spirit yang baru, dimana terdapat keinginan untuk dapat merubah persepsi negatif yang telah terbangun di era lama untuk menjadi lembaga disiplin yang suportif. Peran identitas visual berupa logo dapat menjadi solusi dalam meningkatkan *awareness* dan *positioning* bagi Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI), pada praktiknya logo menjadi elemen fundamental yang dapat menciptakan suatu persepsi baik secara positif maupun negatif.

5.2. Saran

Penulis berharap penelitian yang telah penulis lakukan ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dengan peminatan desain grafis dimasa mendatang. Khususnya bagi mahasiswa yang sedang melakukan penelitian terkait identitas visual dan lembaga nasional atau *nation brand*. Bagi mahasiswa yang hendak meneruskan penelitian tentang Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) tentu dapat melakukan pengembangan dari sisi komunikasi *brand* atau kampanye.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA