



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1. Metodologi Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kualitatif. Penulis akan melakukan proses wawancara dengan pihak yang bersangkutan dan berperan dalam kesuksesan sebuah sepakbola, yaitu manajemen, induk klub sepak bola Indonesia (PSSI), serta pendukung Persita. Dan juga melakukan proses observasi serta mengambil kutipan dari buku maupun jurnal ilmiah. Pengumpulan data kualitatif ini didapatkan dengan alat bantu rekam, seperti perekam suara, kamera dan alat untuk mencatat.

##### **3.1.1. Persatuan Sepakbola Indonesia Tangerang**

Persatuan sepakbola Indonesia Tangerang (Persita Tangerang) merupakan sebuah klub sepakbola yang berbasis di Kabupaten Tangerang, Persita lahir pada 19 April 1940 dan resmi berdiri pada 15 September 1945 oleh H. Urip Hermansyah dalam bentuk perserikatan. Namun Persita Tangerang baru terdaftar sebagai anggota klub sepakbola yang resmi diakui oleh Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) pada yaitu pada tanggal 9 September 1953 yang kemudian sampai saat ini, setiap tanggal 9 september digunakan klub untuk memperingati hari jadi klub. Saat ini usia Persita sudah menginjak 66 tahun dan telah mengikuti beragam kompetisi sepakbola dari dalam negeri maupun luar negeri dan melahirkan pemain legendaris yang pernah membela tim nasional Indonesia.

### 3.1.1.1. Stadion Benteng Taruna

Stadion benteng taruna merupakan rumah dan juga markas bagi dua klub sepakbola yang berbasis di Kabupaten Tangerang Persita dan juga Kota Madya Persikota, kedua klub asal Tangerang yang memiliki sejarah rivalitas yang tinggi pernah berada pada satu stadion yang sama sebagai rumah kebesaran bagi kedua klub. Dengan tinggi nya tensi dan ketegangan antar suporter yang tidak pernah reda dan selalu berakhir menimbulkan korban jiwa di setiap pertandingan *derby* Tangerang. Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwa haram untuk kedua tim bermain di Stadion Benteng Taruna.

Pada awal tahun 2012 setelah Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwa haram larangan bermain di Stadion Benteng Taruna yang kemudian memaksa kedua tim bermain tanpa laga kandang yang pada akhirnya membuat stadion ini terbengkalai dan sudah tidak layak digunakan. Saat ini kondisi stadion benteng taruna merupakan tanah sengketa dan dihuni oleh beberapa orang yang tidak memiliki ijin tinggal.



Gambar 3.1. Stadion Benteng Taruna Yang Terbengkalai  
([https://kumparan.com/kumparanbola/jurnal-meresapi-magi-stadion-benteng-yang-mati-](https://kumparan.com/kumparanbola/jurnal-meresapi-magi-stadion-benteng-yang-mati-1rJv5RiSF3M)

1rJv5RiSF3M)

Pada tahun 2018 lalu Persita diberi kewenangan untuk mengelola stadion sendiri yang terletak di Kelapa Dua, Tangerang dengan kapasitas 15.000 penonton dan dilengkapi dengan fasilitas yang mumpuni untuk menunjang keperluan dan kebutuhan pemain. Stadion ini baru hasil hibah dari pemerintah Kabupaten Tangerang menjadi titik balik Persita hingga mampu Kembali bermain di Kasta tertinggi liga domestik.



Gambar 3.2. Stadion *Sport Center* Kelapa Dua.

(<https://www.kompasiana.com/indosport/5b8f5186677ffb62602e8e42/mengintip-kemegahan-stadion-benteng-taruna-di-kota-haram-sepakhbola>)

### **3.1.2. Wawancara**

#### **3.1.2.1. Wawancara Manajemen Persita Tangerang**

Wawancara pertama dilakukan kepada salah satu manajemen persita yaitu Yetta Angelina sebagai *media officer* Persita Tangerang, data diambil pada tanggal 19 Februari 2020 di stadion sport centre, Gading Serpong untuk mendapatkan data mengenai latar belakang, sejarah klub, perjalanan identitas visual, makna yang terkandung pada logo, dan komponen-komponen warna yang digunakan pada identitas visual.

### **3.1.2.2. Wawancara Manajemen (Media Officer) Persita Tangerang**

Wawancara pertama dilakukan kepada salah satu manajemen Persita yaitu Yetta Angelina sebagai *media officer* Persita Tangerang, data diambil pada tanggal 19 Februari 2020 di Stadion *Sport Center*, Gading Serpong untuk mendapatkan data mengenai latar belakang, sejarah klub, perjalanan identitas visual, makna yang terkandung pada logo, dan komponen-komponen warna yang digunakan pada identitas visual.

Persatuan Sepak Bola Indonesia Tangerang atau kerap disebut dengan nama Persita Tangerang lahir pada 19 April 1940, klub yang dipelopori oleh almarhum Umran ini baru diresmikan pada tanggal 9 September 1945, namun eksistensi klub yang bermarkas di Kabupaten Tangerang ini baru diakui oleh Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) pada tanggal 9 September 1953.

Klub dengan julukan pendekar Cisadane identik dengan warna ungu sebagai warna identitas klub. Beberapa kali Persita berganti warna identitas, menurut ibu Yeta Angelina selaku *media officer*, Persita pernah merubah warna identitas berganti menjadi hijau dan biru tanpa didasari alasan mengapa terjadi perubahan warna pada identitas klub.

Namun sejak kepemimpinan H. Urip Hermansyah, Persita merubah kembali warna identitas-nya menjadi warna ungu, mengikuti warna yang digunakan Kabupaten Tangerang hingga sampai saat ini. Usia klub saat ini sudah menginjak 66 tahun, Persita belum mampu menjuarai kompetisi kasta tertinggi sepakbola Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara, selama 6 tahun belakangan ini Persita belum mampu meraih juara diajang kompetisi liga domestik dan hanya mampu tampil di kasta kedua kompetisi sepakbola Indonesia. Namun musim depan Persita kembali akan berkompetisi di kasta tertinggi kompetisi sepakbola Indonesia setelah berhasil menempati posisi kedua di liga 2. Namun identitas visual saat ini dinilai kurang relevan, belum lagi visi misi klub yang saat ini sudah berubah.

Setiap elemen pada identitas visual Persita saat ini memiliki makna yaitu pertama, bentuk benteng dengan arti kabupaten Tangerang merupakan benteng pertahanan dari jaman penjajahan Belanda pada saat itu dan sebagai representasi kokohnya pertahanan yang dimiliki klub ini. Bentuk obor merepresentasikan keberanian dan semangat juang pemain, staff, hingga pendukung Persita. tiga lingkaran merepresentasikan perserikatan dan kesatuan. Penggunaan warna merah pada benteng dan obor merepresentasikan keberanian dan penggunaan warna hijau yang dominan tidak memiliki makna yang spesifik.



Gambar 3.3. Logo *Persita Tangerang*.

(<https://tangerang7.com/3-pemain-asing-dipastikan-perkuat-persita-siapa-saja/>)

Manajemen menyadari perkembangan sepakbola Indonesia yang saat ini sudah meluas dan menjadi sebuah industri besar, bukan hanya sebatas cabang olahraga melainkan sudah menjadi dunia hiburan dan komoditas bisnis yang menguntungkan jika dikelola secara profesional. Manajemen menghendaki adanya perubahan identitas visual untuk mencapai visi & misi klub yang baru dan menyambut kembalinya Persita ke kasta tertinggi kompetisi sepakbola Indonesia.



Gambar 3.4. Wawancara Dengan Manajemen Persita.

### **3.1.2.3. Wawancara Ketua Asosiasi PSSI Kabupaten Tangerang**

Wawancara kedua dilakukan kepada Ketua asosiasi PSSI Kabupaten Tangerang, data diambil pada tanggal 21 Februari 2020 di stadion *indoor Sport Center*, Gading Serpong untuk mendapatkan data tentang perubahan visi misi yang dimiliki Persita Tangerang. Visi Persita yaitu ingin menjadi klub juara yang dihormati dan disegani di Indonesia dan mampu mendirikan fondasi terbaik untuk generasi muda sepakbola Indonesia sementara misinya yaitu melatih dan

melahirkan tim juara, menciptakan dan memelihara hubungan baik dengan klub, masyarakat dan komunitas pendukung.

Hasil dari peralihan manajemen yang sebelumnya dikelola oleh pemerintah Kabupaten Tangerang dengan mengandalkan dana APBD sebagai pemasukan utama klub, kini manajemen dikelola oleh PT Persita itu sendiri dengan memanfaatkan sumber dana dari investor dan sponsor untuk menunjang kebutuhan dan kepentingan perkembangan klub.



Gambar 3.5. Wawancara Dengan Ketua Askab PSSI Kabupaten Tangerang.

Manajemen kini mulai membenahi sektor-sektor yang dirasa akan membantu memaksimalkan klub dan meraih visi & misi klub yang lebih profesional dan modern. Memaksimalkan akademi sepak bola muda untuk memunculkan bibit-bibit baru bintang sepakbola dikemudian hari.

#### **3.1.2.4. Wawancara pendukung Persita**

Wawancara pertama dilakukan kepada suporter Persita dengan tujuan untuk mengetahui persepsi suporter terhadap identitas visual Persita Tangerang dan bagaimana tanggapannya tentang kemungkinan adanya perubahan identitas visual

yang lebih modern. Data diambil pada tanggal 24 Februari 2020, kepada salah satu suporter Persita yaitu Dasuki, menurut pengakuannya pada saat wawancara, beliau sudah mendukung Persita sejak tahun 1992.

Menurut Dasuki, identitas visual saat ini dinilai tidak bermasalah dan punya nilai historis yang tinggi, namun jika klub menghendaki adanya perubahan identitas visual untuk menunjang kebutuhan dan kepentingan klub untuk mejadi klub sepakbola yang modern dan profesional. Beliau tidak keberatan dengan catatan, elemen elemen penting seperti figur benteng dan obor tidak dihilangkan, karena nilai histori dan filosofi yang sudah melekat pada diri dan klub.

### **3.1.3. Studi Literasi**

Penulis menggunakan studi literasi dengan mencari literatur dan teori tarkait perancangan desain identitas visual dan bagaimana merancang identitas visual pada klub sepakbola.

### **3.1.4. Studi Referensi**

#### **1. West Ham United (London, Inggris)**

Klub dengan julukan *The Hammers* ini merupakan tim penghuni papan tengah liga primer inggris. Jika dibandingkan dengan klub satu kota nya yaitu Chelsea FC dan Arsenal FC, nama *West Ham United* tidak terlalu mentereng.

*West Ham United* didirikan pada tahun 1895 dengan nama *Thames Ironworks F.C* yang dimiliki oleh *Thames Iron Work Sand Shipbuilding Co Ltd*, sebuah perusahaan metalurgi dan pembuatan kapal dengan Arnold Hills sebagai direktur pelaksana dan Dave

Taylor yang memimpin. Sejarah sepakbola *Thames Ironwork F.C* dimulai di *league of London* dan berhasil memenagkannya pada tahun 1897-1898. Kemudian klub bergabung dengan Divisi II liga selatan, kemudian pada tahun 1900 klub berubah menjadi Perseroan dan merubah nama klub yang sebelumnya *Thames Ironworks F.C* menjadi *West Ham United F.C*.



Gambar 3.6. *West Ham United Logo*

(<https://id.pinterest.com/pin/309622543105216136/>)

Pertimbangan klub untuk merubah identitas visual ini didasari bahwa logo belum pernah diperbarui sejak 1999, sedangkan semua klub di liga primer Inggris sudah memperbarui logo setidaknya satu kali sejak 1997. Kepindahan klub di rumah baru yang sebelumnya bemarkas di *Boleyn Ground*, London menjadi bemarkas di *London Olympic Stadium*, London juga menjadi alasan utama klub untuk merubah identitas visual.



Gambar 3.7. *Boleyn Ground.*

([https://en.wikipedia.org/wiki/Boleyn\\_Ground](https://en.wikipedia.org/wiki/Boleyn_Ground))

Proses perubahan logo baru West Ham United ini melibatkan para penggemar dan pemangku kepentingan dengan hanya melibatkan orang-orang yang memiliki sejarah pembelian tiket dan produk West Ham United saja yang dapat memberikan suara. Perubahan utama yang dilakukan pada logo yaitu adalah dengan menghilangkan figur kastil Boleyn dan merubah figur utama menjadi figur palu yang lebih menonjol, karena palu merupakan representasi dari julukan klub yaitu “The Hammers” dan nama “London” yang di letakan pada logo klub.



Gambar 3.8. *London Olimpiade Stadium.*

(<https://www.dailymail.co.uk/sport/football/>)

Dengan menghilangkan figur kastil pada logo dinilai tepat bagi manajemen maupun penggemar karena klub sudah tidak lagi menggunakan Boleyn Ground sebagai stadion utama klub dan bertujuan untuk memberikan tanda hormat klub pada markas West Ham United tersebut.



Gambar 3.9. Perubahan Logo *West Ham*.

(<https://logos-world.net/west-ham-logo/>)

Dengan menggunakan bentuk palu yang disilang, klub menyampaikan bahwa palu adalah simbol dasar klub dan harus menjadi fitur yang paling menonjol dari setiap perkembangan dan perubahan logo klub kedepannya.

## 2. AC Milan (Milan, Italia)

Didirikan pada tahun 1899, AC Milan merupakan salah satu tim sepakbola tersukses tidak hanya di Italia melainkan meluas ke luar negeri dengan meraih 18 gelar di *Serie A* Italia sebagai liga teratas

sepakbola Italia dan 18 piala gabungan FIFA dan UEFA sebagai kompetisi kontinental dan internasional.



Gambar 3.10. Logo AC Milan.  
([https://en.wikipedia.org/wiki/A.C.\\_Milan/](https://en.wikipedia.org/wiki/A.C._Milan/))

AC Milan memainkan pertandingan kandang mereka di Stadion San Siro sebagai stadion terbesar di Italia dengan kapasitas mampu menampung sebanyak 80.000 orang. Terbaru AC Milan memperkenalkan identitas baru yang dirancang oleh sebuah konsultan *brand* dan *design*, DixonBaxi yang berbasis di London, Inggris.

Berbeda dengan kompetitor terbesar satu liga nya yaitu Juventus, yang juga belum lama melakukan perbaruan identitas dengan merubah total logo yang sebelumnya berbentuk oval dengan strip hitam dan putih dengan figure Banteng di bawah logo menjadi lebih *casual*, simpel, dan modern untuk merambah ke pasar yang lebih muda dan lebih komersial. AC Milan memutuskan tidak merubah Logo utama

yang dapat memicu kemarahan *fans*, namun dengan mengkomunikasikan bahasa visual baru yang bagus untuk memperkuat *brand equity*.

Dengan mengkomunikasikan logo oval ikonik klub untuk menceritakan kisah kisah yang kuat sebagai simbol persatuan dan representasi dari detak jantung yang menghubungkan jutaan orang.

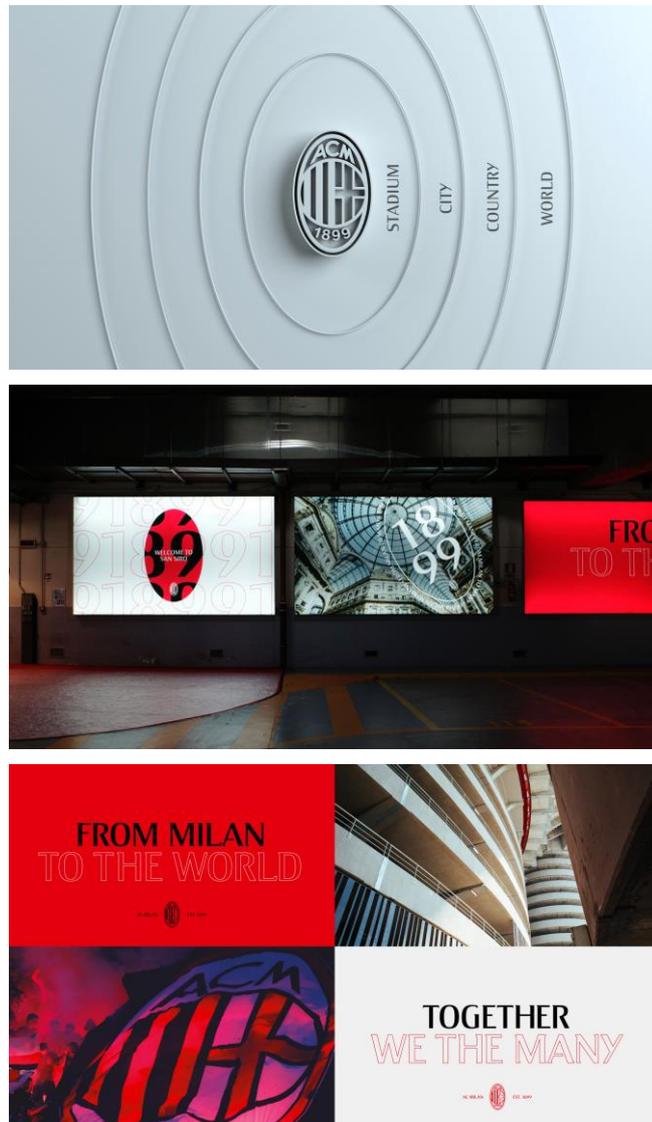


Gambar 3.11. Komunikasi AC Milan.

(<https://dixonbaxi.com/acmilanrebrand/>)

Terinspirasi dari masa lalu yang sudah mendunia tetapi tetap berfokus pada kejayaan masa depan, DixonBaxi merancang AC Milan

generasi baru dengan menyeimbangkan keagungan dan nama besar AC Milan dan semangat yang ditampilkan di setiap sudut kota Milan melalui bahasa grafis yang konsisten untuk dapat menunjukkan identitas yang kuat dan selalu terhubung dengan penggemar.



Gambar 3.12. Komunikasi AC Milan.  
(<https://dixonbaxi.com/acmilanrebrand/>)

## **3.2. Metodologi Perancangan**

Dalam perancangan ulang identitas visual Persita Tangerang penulis menggunakan 5 metode perancangan menurut Wheeler (2018), yaitu sebagai berikut:

### **3.2.1. *Conducting Research***

Penulis melakukan pencarian dan pengumpulan data dengan melakukan wawancara terhadap pihak terkait, yang pertama yaitu penulis wawancara manajemen Persita untuk mengetahui latar belakang sejarah klub berdiri dan perjalanan identitas visual dari dulu hingga saat ini. Kedua yaitu mewawancarai ketua asosiasi PSSI Kabupten Tangerang untuk mengetahui tanggapan perihal adanya kemungkinan perubahan identitas visual Persita. Serta mewawancarai suporter Persita untuk mengetahui tanggapan dan persepsi suporter dengan adanya perubahan identitas visual.

### **3.2.2. *Clarifying Strategy***

Hal kedua yang penulis lakukan adalah menganalisa data-data yang sudah penulis dapatkan melalui proses wawancara yang sebelumnya sudah penulis dapatkan dari narasumber, untuk menentukan strategi apa yang akan digunakan agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik.

### **3.2.3. *Designing Identity***

Penulis kemudian melakukan proses perancangan desain identitas visual yang baru berdasarkan data-data yang sebelumnya penulis dapatkan sebagai dasar merancang desain identitas yang baru.

### **3.2.4. *Creating Touchpoints***

Melakukan pengembangan terhadap desain identitas visual yang baru yang sudah disetujui yaitu dengan membuat *collateral design*.

### **3.2.5. *Managing Assets***

Sesuai visi-misi baru yang ingin dicapai oleh manajemen klub, penulis mendesain identitas visual yang dapat merepresentasikan visi misi klub. Dan memelihara dan menjaga dengan membuat *Brand Guidelines*.