

## PERANCANGAN BRANDING dan MERCHANDISE PSS SLEMAN

### *The DESIGN of BRANDING and MERCHANDISING PSS SLEMAN*

Oleh, Dwi Priyanto, NIM 11206244016, Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta. devodohcc@yahoo.co.id

#### ABSTRAK

Tujuan perancangan adalah merancang *branding* dan *merchandise supporter PSS Sleman* dan menjadikan 2 konsep desain yang berbeda yaitu konsep desain laga home dan laga awaydays. Metode yang digunakan yaitu eksplorasi, perancangan dan eksekusi. Metode eksplorasi meliputi eksplorasi desain dan eksplorasi media. Adapun hasil dari perancangan yaitu adalah sebagai berikut: 1) Konsep penciptaan yaitu membuat 2 karakter desain yang berbeda yaitu karakter laga *home base* dengan bentuk mengadopsi dari logo PSS (bentuk candi dan warna hijau) sedangkan *away days* mengadopsi dari bentuk anak panas yang sejajar berlawanan sebagai simbol bermain di luar kandang dan memvisualisasikan desain produk berupa jaket, kaos, topi, ikat pinggang, kalender, mug, gantungan kunci, syal, stiker. 2) Proses pembuatan desain melalui beberapa tahapan yaitu sketsa manual, sketsa digital dan proses cetak pada media. 3) Karya dengan desain PSS Sleman dikerjakan sebanyak 9 produk yaitu : Jaket 2, kaos 4, topi 2, ikat pinggang 1, syal 2, mug 2, kalender 2, gantungan kunci 2, stiker 3.

**Kata kunci :** *Branding, Merchandise, PSS Sleman*

#### ABSTRACT

*The purpose of design is to design branding and merchandise supporter PSS Sleman and made 2 different design concept, namely the concept of home game action and awaydays. The current method used i.e. exploration, perancangan and execution. Eksplorasi method includes the exploration of design and media exploration. As for the result of a design that is as follows: 1) concept of creation that is making 2 different designs of karkter i.e. the action character home base with the form mengdopsi from the PSS logo (the form of the temple and the color green) while away days adopt the shape of the child as the symbol opposite parallel play outside the enclosure and visualize the product design in the form of t-shirts, jackets, hats, belts, calendars, mugs, key gantungan, scarves, stickers. 2) manufacturing process design through several stages namely sketsa manuals, digital sketch and process print on media. 3) Works with the design of PSS Sleman worked as many as 9 products namely: Jackets, t-shirts, 4 2 hats 2, pigging 1, tie a scarf 2, 2 mugs, calendar 2, key chain 2, 3 stickers.*

**Keywords:** *Branding, Merchandising, PSS Sleman.*

#### PENDAHULUAN

Sepak bola di zaman modern ini bukan hanya sekedar pertandingan 2 x 45 menit di dalam pertandingan saja. Sepak bola sudah berubah dari sekedar hanya olahraga untuk mendapatkan kesenangan dan prestasi, menjadi olahraga untuk mendapatkan keuntungan. Turnamen “*Indonesia Soccer Championship*”

kemarin menjadi salah satu contoh nyata bahwa investor sudah mulai berani menghabiskan uangnya, karena sepak bola adalah olahraga yang paling digemari oleh rakyat Indonesia. Ditambah sekarang dengan adanya kepengurusan baru di PSSI, sepertinya akan ada sinar cerah untuk sepakbola Indonesia bergerak ke arah yang lebih modern dan profesional.

Salah satu kesebelasan yang memperlihatkan sisi modernitas di sepak bola Indonesia saat ini adalah PSS Sleman. PSS (Perserikatan Sepak bola Sleman) merupakan sebuah tim sepak bola yang berbasis di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Tim yang didirikan pada 20 Mei 1976 ini merupakan salah satu tim sepak bola yang disegani di Indonesia dan memiliki julukan sebagai tim *Super Elang Jawa* atau *Super Elja*. Tim ini juga sering disebut dengan julukan Laskar Sembada. Stadion utama mereka adalah Stadion Maguwoharjo, dan menggunakan Stadion Tridadi sebagai stadion kedua.

Perserikatan Sepak bola Sleman (PSS) lahir pada Kamis Kliwon tanggal 20 Mei 1976 semasa periode kepemimpinan Bupati Drs. KRT. Suyoto Projosuyoto. Lima tokoh yang membidani kelahiran PSS adalah H. Suryo Saryono, Sugiarto SY, Subardi, Sudarsono KH, dan Hartadi. PSS didirikan pada awalnya hanya mereka senang dengan sepak bola. Dengan sepak bola mereka yakin akan menambah teman, meningkatkan persaudaraan dan tentu saja dengan sendirinya meningkatkan persatuan dan kesatuan masyarakat Kabupaten Sleman. Lahirnya PSS dilatar belakangi bahwa pada waktu itu di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) baru ada dua perserikatan yaitu PSIM Yogyakarta dan Persiba Bantul.

Keinginan masyarakat yang kuat di Kabupaten Sleman untuk memiliki perserikatan klub sepak bola akhirnya mulai terwujud dengan adanya informasi yang disampaikan oleh Komda PSSI DIY pada waktu itu (Prof. Dr.

Sardjono) yang menyatakan bahwa syarat untuk membentuk perserikatan sepak bola minimal harus ada lima klub. Di Kabupaten Sleman pada waktu itu sudah ada lima klub yaitu PS Mlati, AMS Seyegan, PSK Kalasan, Godean Putra dan PSKS Sleman. Akhirnya, tepat pada tanggal 20 Mei 1976, Saat pada musim 1999-2000 klub lokal yang bernama PSS Sleman ini berhasil menembus Divisi Utama Liga Indonesia, yang dimana pada saat itu Divisi Utama merupakan kasta tertinggi di kancah sepak bola nasional. Keberadaan PSS Sleman pada saat itu sungguh fenomenal dan mampu menarik perhatian masyarakat pecinta sepakbola DIY, sehingga saat Laskar Sembada julukan dari PSS Sleman bertanding di stadion Tridadi Sleman, maka penonton membludak melebihi kapasitas stadion.

PSS dibentuk dengan Ketua Umum Gafar Anwar. PSS Sleman juga memiliki suporter yang fanatik yaitu Slemania dan *Brigata Curva Sud (BCS)*, *Brigata Curva Sud* adalah hal yang baru pertama kali ditemui di tengah-tengah citra buruk suporter sepak bola Indonesia. Prestasi yang fenomenal ini mencapai puncaknya pada musim kompetisi 2003 dan 2004 dimana saat itu PSS Sleman berhasil menembus klasemen megungguli tim-tim besar lainnya, karena animo penonton yang sangat antusias menonton pertandingan PSS Sleman dan kapasitas stadion Tridadi tidak mencukupi maka PSS terpaksa memindah *home basenya* ke Stadion Mandala Krida atas permintaan Gubernur DIY Sri Sultan HB X.

Perpindahan *home base* tersebut mendorong Pemkab Sleman untuk membangun stadion sepak bola baru sebagai *home base* untuk

menggantikan Stadio Tridadi, akhirnya ide tersebut terwujud pada tahun 2004 Pemkab Sleman membangun Stadion Maguwoharjo, Stadion dengan kapasitas 50 ribu penonton ini dibangun dengan standar Internasional yang mempunyai konsep seperti stadion *San Siro* di kota Milan, dengan ciri khas yang terletak menara pada keempat penjuru stadion dengan tangga berputar. Stadion ini resmi menjadi *home base* PSS Sleman pada musim kompetisi 2007. Stadion Maguwoharjo menjadi *landmark* sepak bola dan menjadi kebanggaan warga Sleman khususnya.

## **METODE PENELITIAN**

Perancangan suatu karya pada dasarnya lahir dari berbagai pertimbangan pikiran, gagasan, rasa dan jiwa penciptanya (internal) yang di dukung oleh faktor eksternal hasil penerapan dari berbagai bidang ilmu, teknologi, lingkungan, sosial budaya, estetika, ekonomi dan praktek serta segala perkembangan masa depan. Perancangan desain mengacu pada prinsip dasar desain yang membentuknya, prinsip-prinsip dasar desain tersebut meliputi keseimbangan, titik fokus, ritme, kesatuan (Suyanto, 2004: 57).

### **Konsep**

Konsep perancangan sangat diperlukan untuk menciptakan desain yang berkesan inovatif, kreatif, informatif dan mampu menjadi citra serta menjadi media yang mampu mempromosikan produk merchandise Sleman Original. Adapun konsep perancangan logo Sleman Original ini secara umum adalah menampilkan 2 bentuk karakter merchandise yang berbeda yaitu kostum laga home base dan kostum laga away days, Perbedaan dari 2 karakter yaitu pada laga home

pada perancangan ini lebih banyak menggunakan karakter candi pada logo PSS Sleman, banyak menyampaikan kata kata penyemangat dalam tulisanya dan warna dominan menggunakan hijau dan hitam Sedangkan pada laga away days selalu menggunakan karakter away days dan kata kata agar selalu mendukung PSS Sleman dimanapun berlag, lebih banyak menggunakan warna hijau dan kuning pada laga away days. Langkah selanjutnya dalam konsep ialah menentukan pendekatan desain, yaitu membuat desain yang simple dengan pemilihan karakter dan produk yang dihasilkan adalah berbagai merchandise dan kebutuhan ataupun sovenir dengan dua konsep yang bereda. karakter yang lebih mudah diingat *audiens* dalam penerapannya sebagai media promosi.

### **Logo**

Logo adalah suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah di ingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Sebuah logo wajib mempunyai filosofi dan kerangka dasar yang berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. Sebuah logo memiliki ciri khas seperti warna dan bentuk logo tersebut. Sebuah logo dapat memakai elemen apa saja, seperti tulisan, logogram, gambar, ilustrasi dan lain-lain. Sebuah logo adalah simbol atau elemen gambar pada identitas visual. Fungsi logo sebagai identitas diri atau kepemilikan. Untuk membedakan dengan identitas orang lain.

## Pembahasan Media

Media utama dalam promosi produk Sleman Original adalah Banner, Banner sering Anda jumpai baik di dalam toko, mall, pagelaran, pameran, atau bahkan di tepi jalan raya. Media promosi yang umumnya dicetak dengan print digital ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana berbagi informasi, media iklan, ataupun media brand awareness. Selain itu, banner juga dapat dipakai berulang-ulang sehingga lebih ekonomis jika dibandingkan media promosi lainnya.

## HASIL KARYA DAN PEMBAHASAN

1.



Gambar.1 “Logo ”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Logo utama dari produk Sleman original yang menggunakan huruf S dan O yang sudah diubah dan di gabungkan agar terlihat menarik dan bervariasi, menggunakan huruf S dan O karena kepanjangan dari Sleman Original itu sendiri, sedangkan lambang daun meilingkar adalah lambang *Cheryl Laurel*, Dalam mitologi Yunani kuno daun ini adalah simbol

kemenanga/kejayaan simbol ini awalnya digunakan pada berbagai pergerakan buruh hingga juga dipakai berbagai brand seperti FreddPerry, jadi secara umum penggunaa simbol ini adalah kemenangan diri, dan lambang bola ditengah bagian bawah daun *Cheryl Laurel* yaitu bermakna pengharapan dari sepak bola sleman yang akan terus meraih kemenangan dan kejayaan dan logo yang dibuat nantinya akan diaplikasikan ke media-media promosi yang dibuat sebagai berikut.

2.



Gambar.2 “Banner utama ”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Banner utama ini berukuran 3 x 1,5 m dengan format lanscape, bahan MMT dan cetak full colour

3.



Gambar.3 “X-Banner ”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

X-banner disini berfungsi sebagai media promosi tetapi hanya diletakkan didekat etalase atau stand merchandise ini dijual, adapun dengan spesifikasi sebagai berikut

Panjang : 160 x 60 cm, dengan format potrait cetak full colour dengan bahan mmt

4.



Gambar.4 “Hang tag ”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

*Hang Tag* disini fungsinya hampir sama dengan *label* yaitu sebagai identitas dari *brand* atau merek t-shirt itu sendiri, namun media ini pun di letakkan di daerah yang berbeda dengan bahan yang berbeda juga. *Hang tag* ini biasanya diletakkan di bagian luar pada t-shirt namun tidak menempel pada bagian t-shirt seperti halnya *label*, dan biasanya fungsi dari *hang tag* ini juga sebagai penempatan barcode dan harga dari t-shirt ini. Berikut di bawah ini desain *layout hang tag* dengan spesifikasi bahan sebagai Tinggi : 9 cm Lebar : 5 cm Bahan kertas : Art Paper 180 gm

5.



Gambar.5 “Hang tag ”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Kalender ini adalah model kalender duduk dengan ukuran 25x15 cm, di cetak dengan kertas ivory full colour dan di jilid spiral.

6.



Gambar.6 “Hang tag ”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Sticker disini juga berfungsi sebagai media promosi salah satunya tetapi hanya diletakkan dan diberikan pada pembeli merchandise original ini.

7.



Gambar.7 “Gantungan kunci”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Gantungan kunci ukuran 3cm dengan bahan karet.

8.



Gambar.8 “Jaket laga home”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Jaket laga home ini dengan bahan CVC (cotton viscose) ukuran L dan di cetak *digital print flex*.

9.



Gambar.9 “Kaos laga home”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Kaos laga home ini ukuran sz L menggunakan bahan cotton combat 30s dan di cetak dengan sablon plastisol.

10.



Gambar.10 “Kaos laga home”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Kaos laga Home ini ukuran sz L menggunakan bahan cotton combat 30s dan di cetak dengan *digital print OPQ*.

11.



Gambar.11 “Topi laga home”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Topi jaring laga home dengan sablon *digital print polyfflex*

12.



Gambar.12 “Mug laga home”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Mug gelas ini ukuran diameter 7cm dengan teknik *digital printing*

13.



Gambar.13 “Syal laga home”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Syal laga home dengan bahan rajut dan teknik print, ukuran 100x10cm.

14.

Gambar.14 “ikat pinggang laga *home*”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

15.

Gambar.15 “Jaket laga *Away Day*”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Jaket laga *Away Day* ini dengan bahan CVC (cotton viscose) ukuran L dan di cetak *digital print* OPQ.

16.

Gambar.16 “Kaos laga *Away Day*”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Kaos laga *Away Day* ini ukuran sz L menggunakan bahan cotton combat 30s dan di cetak dengan *digital print* OPQ.

17.

Gambar.17 “Kaos laga *Away Day*”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Kaos laga *Away Day* ini ukuran sz L menggunakan bahan cotton combat 30s dan di cetak dengan sablon plastisol.

18.

Gambar.18 “Syal laga *Away Day*”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Syal laga dengan bahan rajut dan teknik print, ukuran 120x10cm.

19.

Gambar.19 “Topi laga *Away Day*”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Topi jaring laga home dengan sablon digital *print polyfflex*.

20.



Gambar.20 Mug laga Away Day”

(Sumber: Dokumentasi Dwi, Maret 2018)

Mug gelas ini ukuran diameter 7cm dengan teknik *digital printing*.

### Saran

Konsep yang sesuai untuk desain perancangan branding Sleman Original adalah konsep sederhana meliputi *colour graduation* dan *potography* yang yang diterapkan pada berbagai macam media, dengan tujuan agar informasi lebih mudah dipahami oleh *audiens*. Dengan perpaduan konsep dasar perancangan ini dapat mewujudkan suatu media yang efektif sebagai sarana promosi dan informasi dari produk Sleman Original.

merchandise, Media-media yang sesuai untuk mempromosikan produk Sleman Original, adalah menggunakan media-media yang terdiri dari media utama yaitu desain-desain produk Sleman Original. Dan selain media utama terdapat juga media pendukung, antara lain poster, stiker dan kalender. Untuk merancang media utama dan

pendukung yang fungsional, informatif, komunikatif, artistik, dan *simplicity*.

### DAFTAR PUSTAKA

#### Buku:

Kusrianto, A. 2008. *Teknik Menggambar Desain Grafis CorelDRAW X7*.

Sachari, A. 2007. *Seni Rupa dan Desain untuk SMA Kelas XII*. Jakarta : Erlangga

Sachari, A. 2005. *Pengantar Metodologi Penelitian Budaya Rupa*. Jakarta: Erlangga

#### Situs internet:

Rokhani, Sitiumi (2009). *Contoh Font dan Maknanya*. Diakses pada 15 maret 2017. [www.blog.math.uny.ac.id](http://www.blog.math.uny.ac.id)