

BAB 1. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

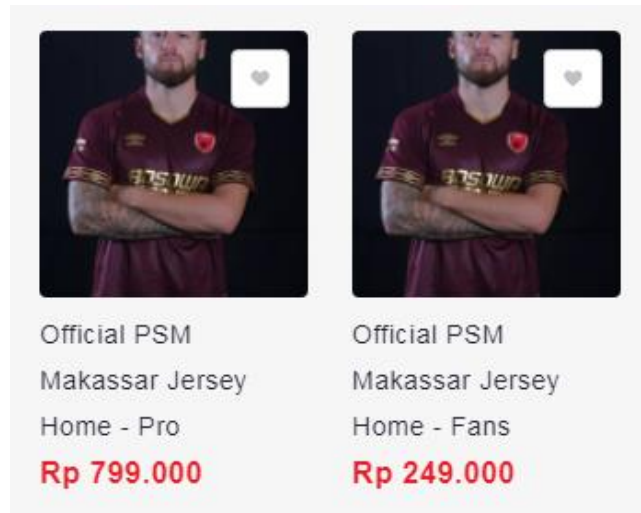
Sepak bola merupakan salah satu olahraga yang paling diminati dan dicintai oleh masyarakat Indonesia, mulai dari anak-anak hingga kalangan dewasa. Dapat dikatakan bahwa, sepak bola tidak memandang usia, ras, jenis kelamin, suku, serta status sosial. Semua kalangan berbaur menjadi satu didalam stadion untuk mendukung tim kebanggaan yang sedang berlaga. Setiap kota di seluruh Indonesia mempunyai tim sepak bola yang mewakili kota tersebut, baik yang berlaga di liga profesional maupun liga amatir. Salah satunya adalah Persatuan Sepak bola Makassar (PSM Makassar) yang mewakili kota Makassar.

Tim yang mempunyai julukan Ayam Jantan dari Timur ini juga dikenal dengan nama *Juku Eja* atau ikan merah dan Pasukan Ramang. Syadzwina (2015) menjelaskan “Berdiri pada tahun 1915, PSM Makassar juga menjadi salah satu klub dengan sejarah paling panjang di Indonesia. Klub dengan sejarah panjang yang penuh dengan kisah kepahlawanan, kecintaan, kebanggaan, juga tentang cerita yang pilu”. Syadzwina (2015) juga menjelaskan “Pada tanggal 2 November 1915 resmi berdiri Makassar Voetbal Bond (MVB) yang terdiri dari gabungan orang Belanda dan pribumi Makassar. Namun pada usianya yang ke 25, kegiatan MVB mulai menurun dengan kedatangan Jepang di Makassar. MVB praktis lumpuh total sebagaimana klub-klub sepak bola di Indonesia kala itu. Apalagi Jepang menerapkan aturan segala yang berhubungan dengan Belanda harus dimusnahkan. Sebaliknya, untuk mencari dukungan penduduk setempat, Jepang memperbolehkan masyarakat menggunakan nama-nama Indonesia. MVB pun berubah menjadi PSM Makassar.

PSM Makassar tidak lagi menggunakan dana Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) pada tahun 2011 seperti yang dituliskan pada *website* resmi PSM Makassar (2014-2019) “PSM Makassar menjadi klub profesional yang mandiri tanpa bantuan dana Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) sejak tahun 2011”. Dengan berubahnya PSM Makassar menjadi klub profesional yang mandiri, maka sumber pemasukan klub didapatkan dari penjualan tiket, sponsor dan *merchandise*.

Chandra (2020) berpendapat “pada *launching* tim musim 2019 lalu, PSM Makassar bekerja sama dengan lima sponsor. Semen Bosowa yang tetap menjadi sponsor utama, kemudian sponsor pendamping yakni Honda Astra Motor, Kuku Bima, Umbro dan Kalla group”. Tribun news (2019) menuliskan “*Launching* tim musim 2020 ini berbeda dengan *launching* tim pada musim 2019 lalu, PSM Makassar belum memperkenalkan *jersey* dan sponsor yang akan menemani PSM Makassar berlaga. Belum diperkenalkannya *jersey* dan sponsor ini dikarenakan adanya pergantian sponsor utama. Munafri Arifuddin mengatakan PSM Makassar sedang menunggu kesepakatan dengan calon sponsor utama sebelum *jersey* dikenalkan ke publik. Menurut Munafri, Bosowa Semen yang dipasang di bagian *jersey* sejak tahun 2013 rencananya akan diganti pada musim ini”.

Dengan belum diperkenalkannya *jersey* musim ini, otomatis *jersey* yang dipasarkan pada *official store* PSM Makassar masih menggunakan *jersey* musim 2019. Musim ini PSM Makassar masih bekerjasama dengan *apparel* asal Inggris, Umbro, untuk mensponsori perlengkapan tim termasuk *jersey*. Kontrak kerjasama antara Umbro dan PSM Makassar berdurasi selama dua tahun. Peran *jersey* didunia sepak bola bisa dikatakan sangat penting bagi semua klub sepak bola termasuk PSM Makassar. *Jersey* bukan hanya sebagai peralatan olahraga saja, tetapi *jersey* merupakan lambang atau identitas dari klub sepak bola itu sendiri. Fangir (2019) menjelaskan “Untuk para suporter, *jersey* PSM Makassar ini bisa didapatkan melalui *official store* PSM Makassar dengan dua tipe, yaitu *jersey pro* dengan harga Rp799.000,- dan *jersey fans* dengan harga Rp249.000,-. Untuk penjualannya sendiri, *official store* PSM Makassar telah bekerjasama dengan pihak *e-commerce* fangir.com. Selain *jersey*, *official store* PSM Makassar juga menawarkan beberapa *merchandise*, contohnya seperti syal, tas, celana, kaos, jaket dan lain sebagainya”.



Gambar I.1 Jersey PSM Makassar

Sumber : https://fangir.com/shops?category__slug%5Bequal%5D=sport
(Diakses pada 29/03/2020)

Usia PSM Makassar telah mencapai 105 tahun, PSM Makassar mempunyai beberapa kelompok suporter dengan jumlah anggota ratusan hingga ribuan orang yang selalu mendukung PSM Makassar saat berlaga, baik itu laga kandang maupun pada saat tandang. Beberapa kelompok suporter yang selalu aktif menemani dan memberikan dukungannya yaitu, The Maczman, Red Gank, Laskar Ayam Jantan, Komunitas VIP Selatan dan PSM Fans. Namun dengan banyaknya jumlah suporter yang selalu mendukung, minat para suporter untuk berbelanja di *official store* PSM Makassar masih minim. Selain itu, pada studi komparasi dengan dua klub Liga 1 Indonesia yaitu Persebaya Surabaya dan Persija Jakarta, harga *jersey* dua klub liga 1 Indonesia ini hampir sama dengan harga *jersey* PSM Makassar tetapi *jersey* Persebaya Surabaya dan Persija Jakarta dikemas lebih baik menggunakan kotak kemasan disertai dengan sertifikat keaslian sedangkan *jersey* PSM Makassar hanya menggunakan *clip bag*.

Dengan kondisi tersebut, juga diperparah dengan adanya beberapa toko daring yang menjual *jersey* tiruan seperti di Instagram, Shopee dan Bukalapak. Harga *jersey* tiruan yang ditawarkan oleh toko daring ini berkisar Rp25.000,- sampai dengan Rp267.000,-. Dari permasalahan tersebut, maka perlu dilakukan suatu perancangan agar dapat meningkatkan minat suporter untuk membeli *jersey original* pada *official store* PSM Makassar melalui *e-commerce* fangir.com. Apabila tidak

dilakukan suatu perancangan, maka akan berdampak pada sumber pemasukan klub dari sisi *merchandise* yang secara tidak langsung akan mempengaruhi sumber pendapatan klub.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang didapatkan yaitu:

- Kurangnya minat suporter untuk membeli *jersey original* di *official store* PSM Makassar.
- Kemasan pada *jersey* PSM Makassar hanya menggunakan *clip bag* sehingga kurang terasa eksklusif dengan harga yang ditawarkan cukup tinggi.
- Terdapat beberapa toko daring yang menjual *jersey* tiruan PSM Makassar dengan harga Rp25.000,- sampai Rp267.000,-.
- Klub pesaing menjual *jersey* dengan harga yang hampir sama tetapi dikemas lebih baik menggunakan kotak kemasan.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan masalah yang didapatkan yaitu bagaimana cara meningkatkan minat suporter untuk membeli *jersey original* di *official store* PSM Makassar melalui media komunikasi visual yang efektif dan efisien?

I.4 Batasan Masalah

Dalam perancangan ini, penulis membatasi objek permasalahan pada kotak kemasan untuk produk *merchandise jersey original* PSM Makassar. Subjeknya adalah bagaimana meningkatkan minat suporter terhadap *jersey original* PSM Makassar. Penelitian dan perancangan ini dilaksanakan pada bulan Juli 2019 sampai dengan bulan Agustus 2020.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Dalam sebuah perancangan desain, memiliki tujuan dan manfaat perancangan. Berikut tujuan dan manfaatnya.

1.5.1 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangannya adalah untuk :

- Membuat kemasan *jersey* PSM Makassar yang lebih baik dari kemasan sebelumnya dan eksklusif.
- Meningkatkan citra produk dan minat suporter untuk membeli *jersey original* di *official store* PSM Makassar agar dapat meningkatkan sumber pemasukan klub dari sisi *merchandise* yang secara tidak langsung akan mempengaruhi finansial klub.

1.5.2 Manfaat Perancangan

Kemasan yang baik, eksklusif atau bermutu tinggi, dapat meningkatkan citra produk dan citra perusahaan dan juga citra dari konsumen, sehingga manfaatnya :

- Meningkatkan citra klub PSM Makassar
- Meningkatkan citra produk *merchandise jersey official*
- Meningkatkan citra khalayak sasaran sebagai pengguna