

BAB II. PERSATUAN SEPAK BOLA KOTA CIMAHI

II.1. Sepak Bola

Sepak bola adalah salah satu cabang olahraga yang dimainkan oleh dua tim dengan masing-masing tim diisi oleh sebelas orang pemain. Dimainkan menggunakan anggota tubuh terutama kaki dan tangan. Kesebelasan pemain yang berbeda di lapangan dan masing-masing tim mencoba untuk menang dan mengalahkan musuh.



Gambar II.1 FIFA World Cup Final 1954

Sumber: <http://www.footyfair.com/2016/01/5-iconic-national-teams-that-ultimately.html>
(Diakses 07/04/2022)

Permainan sepak bola, semua pemain menggunakan kakinya dan hanya penjaga gawang atau kiper yang dapat memegang bola dengan tangannya. Perkembangan dunia sepak bola yang luar biasa membuat banyak orang dan organisasi tertarik pada olahraga dan menciptakan banyak peluang. Dalam hal ini sebuah klub sepak bola profesional dituntut untuk bertindak konsisten dan bertanggung jawab terhadap pengaruh yang diberikan kepada masyarakat (Desbordes 2006).

II.1.1. Klub Sepak Bola

Klub sepak bola merupakan perkumpulan yang menyelenggarakan kegiatan olahraga cabang sepak bola, klub sepak bola terdiri dari pemain, tim pelatih beserta *official*, dan Persatuan Sepak bola Seluruh Indonesia (PSSI) sebagai satu-satunya badan sepak bola di Indonesia berwenang dan bertanggung jawab untuk mengatur, mengurus, dan menyelenggarakan semua kegiatan sepak bola. Keanggotaan PSSI

terdiri dari perkumpulan-perkumpulan sepak bola senior, junior, dan remaja (Sucipto 2000).



Gambar II.2 Tim PSKC Cimahi 2020

Sumber: <https://www.ayobandung.com/maung-bandung/pr-79724710/pskc-cimahi-siap-bersaing-dengan-klub-sultan-di-liga-2>
(Diakses 07/04/2022)

Sejarah klub sepak bola pertama di dunia yaitu klub berasal dari benua Eropa di negara Inggris yaitu Sheffield FC saat ini bermain di divisi satu Premier League Utara, level ke-7 dari sepak bola Inggris. Klub ini didirikan pada tahun 1857 dan diakui sebagai klub sepak bola tertua oleh FIFA.



Gambar II.3 Sheffield FC

Sumber: <https://historyofsoccer.info/sheffield-fc>
(Diakses 07/04/2022)

Sheffield FC salah satu dari dua penerima FIFA Order of Merit, sebuah kehormatan yang diberikan kepada klub-klub yang memberikan kontribusi signifikan terhadap sepak bola. Selama sejarah klub, klub ini tidak pernah muncul di papan atas sepak bola Inggris (IDN TIMES 2022).

II.1.2. Identitas Visual Klub Sepak Bola

Identitas adalah semua citra dan informasi grafis yang mengekspresikan identitas dari perusahaan atau *brand* dan apa yang membedakannya dari yang *brand* lain. Sederhananya, identitas visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat oleh target khalayak secara fisik baik itu logo hingga *packaging* produk dari suatu *brand*. Sepak bola juga mempunyai identitas visual yang sering dilihat oleh para penggemar sepak bola yaitu logo, *jersey*, dan maskot. Identitas visual adalah kombinasi antara visual dengan verbal dari sebuah *brand*. Identitas visual bertujuan untuk mengidentifikasi, membedakan, membangun eksistensi jangka panjang, dan menempatkan diri di tengah pasar (Landa 2010).

1. Logo

Logo adalah wajah sebuah perusahaan atau dalam hal ini wajah sebuah klub sepak bola, *brand* menjadi alat yang sangat kohesif karena memiliki fungsi mengirimkan pesan visual tentang apa yang ada di badan logo, membuat logo dan siswa terlihat baik. Khalayak dalam hal ini suporter mengerti apa tujuan klub dalam mengarungi kompetisi nasional. Logo adalah identitas utama dari sebuah *brand*, logo harus dibuat menarik dengan tujuan memikat konsumen pada pandangan pertama (Landa 2014).



Gambar II.4 Logo Klub Sepak Bola Liga Indonesia

Sumber: <https://www.indosport.com/sepakbola/20200410/intip-perlakuan-klub-klub-sepak-bola-indonesia-dan-malaysia-saat-corona>
(Diakses 07/04/2022)

2. Jersey

Jersey adalah seragam yang digunakan saat pertandingan, di dalam sepak bola setiap harus mempunyai *jersey* utama, kedua, dan ketiga. Adapun juga *jersey* sebelum pertandingan mulai untuk latihan atau biasa dikenal dengan *jersey prematch*. Beberapa tim sepak bola memiliki corak yang membedakan dengan tim lainnya, hal ini dapat dilihat dari awal pembuatan kaos sepak bola, karena warnanya menarik perhatian para pemain sepak bola atau pemain sepak bola. (Agustyawan dan Soeprpto 2018).



Gambar II.5 Jersey Klub Sepak Bola Liga Indonesia

Sumber: <https://www.indosport.com/sepakbola/20200410/intip-perlakuan-klub-klub-sepak-bola-indonesia-dan-malaysia-saat-corona>
(Diakses 07/04/2022)

3. Maskot

Klub adalah nama atau sering menjadi maskot klub sepak bola. Maskot biasanya berasal dari nama klub dan penggemar dapat menggunakannya untuk mengidentifikasi klub favorit para suporter. Maskot sangat penting dalam bisnis karena memiliki kekuatan untuk merangsang pikiran dan membuat koneksi dengan bagian penting otak lainnya. Proses ini terjadi dalam banyak cara umum sehingga beberapa pengamat tidak mengenalinya sebagai alat bantu ingatan. Contohnya seperti Ronald McDonald dan Kolonel KFC. Masing-masing maskot ini masuk akal. Teknik peningkatan memori diperlukan karena dalam ekonomi gambar saat ini, pengguna terus-menerus dihadapkan pada gambar visual.

Banyak hal yang bersaing dengan produk lain. Dengan demikian, teknik ini berfungsi sebagai sinyal pemahaman yang menggoyahkan perhatian audiens dengan cepat dan mengarahkan khalayak sasaran ke produk (Wertime 2003).



Gambar II.6 Maskot McDonald KFC

Sumber: www.link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-10-3521-0_77
(Diakses 07/04/2021)

Brand maskot adalah perwujudan dari kepribadian *brand* dalam bentuk binatang atau figur objek animasi, yang bersifat simbolis, yang berdiri sebagai juru bicara dan perwakilannya. Selain memfasilitasi identifikasi merek, berfungsi sebagai sintesis identitas visual memfasilitasi hubungan emosional dengan publik.



Gambar II.7 Maskot Badut

Sumber: <https://bola.kompas.com/read/2021/05/27/15300028/maskot-tim-j.league-dan-maknanya?page=all>
(Diakses 07/04/2021)

Menurut situs web Dreambox (2022) maskot memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

- *Public Figure*

Maskot perusahaan tampaknya sangat penting dalam proses *branding*. Sampul harus dirancang sedemikian rupa sehingga nantinya akan ditampilkan di media cetak atau video. Maskot perusahaan atau *brand* harus memiliki kepribadian tersendiri. Mampu mengikuti cerita melalui karakter.

- Menggambarkan *Brand*

Maskot berasal dari perusahaan yang membuatnya. Hal ini karena maskot memiliki beberapa poin penting bagi perusahaan. Mulai dari *brand*, identitas, slogan dan produk perusahaan, hal tersebut tercermin dalam maskot yang dibuat oleh perusahaan. Kehadiran maskot perusahaan dapat memperkuat opini publik.

- Mediator

Jika perusahaan melakukan bisnis hanya dengan promosi, itu tidak cukup. Konsumen dan bisnis sangat beragam dan beragam seperti lubangnya. Harus ada orang ketiga atau karyawan yang bisa melakukan ini, dan itulah peran maskot. Hubungan antara perusahaan dan pelanggan tertutup jika ada perantara.

- Penghibur Konsumen

Saat ini, perusahaan membuat maskot untuk menarik pelanggan. Maskot perusahaan juga merupakan alat yang menyenangkan untuk mendorong pelanggan mempelajari lebih lanjut tentang produk perusahaan. Maskot yang ramah, lucu, dan banyak bicara membawa pelanggan selangkah lebih dekat untuk membeli produk.

- *Repurchase*

Bagian belakang sangat penting bagi perusahaan. Maskot yang unik dan mudah diingat melekat di benak pelanggan. Pembelian kembali dapat mempengaruhi alam bawah sadar perusahaan. Ini mengembangkan karakter perusahaan sehingga maskot akhirnya memiliki nilai tersendiri.

II.2. Persatuan Sepak Bola Kota Cimahi

Persatuan Sepak Bola Kota Cimahi atau yang dikenal PSKC Cimahi adalah klub berasal dari Kota Cimahi. PSKC adalah klub persatuan di bawah naungan Persatuan Sepak Bola Nasional Indonesia (PSSI). Didirikan pada tahun 2001 dengan nama Persikoci Cimahi. Kemudian dengan seiring berjalannya waktu Persikoci mengganti nama menjadi PSKC Cimahi agar mudah diingat oleh masyarakat Kota Cimahi (PSKC 2017).

PSSI didirikan pada 19 April 1930 dan pada awalnya dikenal sebagai Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia. Ketua pertama adalah Soeratin Sosrosoegondo. PSSI kemudian bergabung dengan FIFA pada tahun 1952 dan AFC pada tahun 1954. PSSI menyelenggarakan Liga Indonesia setiap tahun (PSSI 2018).



Gambar II.8 Tim PSKC Cimahi 2021
Sumber: <https://www.instagram.com/p/CYIXFGQPIPA/>
(Diakses 07/04/2022)

II.2.1. Sejarah Klub PSKC Cimahi

1. Wilayah Kota Cimahi

Kota Cimahi merupakan salah satu kota di negara bagian Jawa Barat dengan banyak tempat wisata yang menarik wisatawan ke kota ini, Kota Cimahi merupakan kota yang strategis karena berbatasan dengan Kabupaten Bandung Barat dan Kota Bandung yang sudah populer di kalangan wisatawan seluruh Indonesia bahkan mancanegara.



Gambar II.9 Kantor Pemkot Cimahi Logo
Sumber: <https://jabar.tribunnews.com/tag/kota-cimahi>
(Diakses 07/04/2022)

Kota Cimahi menurut undang-undang 9 Tahun 2001, setelah pergantian pemerintahan, Kota Cimahi, pengendalian dan pengelolaan dana menjadi kewenangan dan semua tugas harus dilakukan sendiri (Kompas 2022).

2. Sejarah Berdirinya PSKC Cimahi

Sejak pertama kali berdiri PSKC Cimahi selalu berkuat di liga kasta bawah Indonesia dan baru mulai berprestasi sejak perubahan format kompetisi pada musim tahun 2017 (PSKC 2017).

Berikut adalah nama-nama pengurus PSKC Cimahi di liga 2 2021:

- Presiden klub, Manajer tim : Eddy Moelyo
- Sekretaris Klub : Rahmat Hidayat
- *Media Officer* : Imam Chaerul
- *Finance Officer* : Meilita Novianti Moelyo
- *Legal Officer* : Galih Faisal
- *Infrastruktur Officer* : Rhein Manopo
- *IT Officer* : Lutfhi Addul Khodus
- *Administrator* : Alex
- Pelatih Kepala : Robby Darwis

PSKC Cimahi di wilayah Kabupaten Magetan memiliki banyak klub bola lokal. Dan berikut klub-klub lokal yang ada di wilayah Kota Cimahi:

Tabel II.1 Anggota Klub Kota Cimahi Divisi Utama
 Sumber: Dokumen PSKC, 2021
 (Diakses 07/04/2022)

| NO | DIVISI UTAMA |
|----|--------------------|
| 1 | PS. Prima |
| 2 | PS. Spaujagad |
| 3 | PS. Alexis |
| 4 | PS. Puma |
| 5 | PS. Brigif 15 |
| 6 | PS. Torpedo |
| 7 | PS. STKIP PASUNDAN |
| 8 | PS. DUPFOC |
| 9 | PS. EFO |
| 10 | PS. PERSIPA |

Anggota klub Kota Cimahi divisi utama memiliki 10 anggota klub terdiri dari PS Prima, PS Spaujagad, PS Alexis, PS Puma, PS Brigif 15, PS Torpedo, PS STKIP PASUNDAN, PS DUPFOC, PS EFO, PS PERSIPA.

Tabel II.2 Anggota Klub Kota Cimahi Divisi Satu
 Sumber: Dokumen PSKC, 2021
 (Diakses 07/04/2022)

| NO | DIVISI SATU |
|----|-------------------|
| 1 | PS. Japora |
| 2 | PS. Unjani |
| 3 | PS. Bocla |
| 4 | PS. Panama |
| 5 | PS. Porkaba Putra |
| 6 | PS. Tunas Jaya |
| 7 | PS. Putra Panji |
| 8 | PS. Pusaka GB |
| 9 | PS. AFC |
| 10 | PS. Siliwangi |

Anggota klub Kota Cimahi divisi dua memiliki 20 anggota klub dibagi menjadi 2 grup terdiri dari PS Goal Aksis, PS Bens, PS Gasi, PS Bina Putra, PS Tunas Patriot, PS Bina Mandiri, PS Netral, PS Astra Verona, PS Taruna, PS PSM Kolmas.

Tabel II.3 Anggota Klub Kota Cimahi Divisi Dua
 Sumber: Dokumen PSKC, 2021
 (Diakses 07/04/2022)

| NO | DIVISI DUA |
|----|-------------------|
| 1 | PS. Goal Aksis |
| 2 | PS. Bens |
| 3 | PS. Gasi |
| 4 | PS. Bina Putra |
| 5 | PS. Tunas Patriot |
| 6 | PS. Bina Mandiri |
| 7 | PS. Netral |
| 8 | PS. Astra Verona |
| 9 | PS. Taruna |
| 10 | PS. PSM Kolmas |

Tabel II.4 Anggota Klub Kota Cimahi Divisi Dua
 Sumber: Dokumen PSKC, 2021
 (Diakses 07/04/2022)

| NO | DIVISI DUA |
|----|------------------------|
| 1 | PS. Persap |
| 2 | PS. F-Three Sirga |
| 3 | PS. Walijaya |
| 4 | PS. CBS |
| 5 | PS. Bemo Bintang Barat |
| 6 | PS. Persaga |
| 7 | PS. Bravensia |
| 8 | PS. Eka Jaya |
| 9 | PS. Kibar |
| 10 | PS. Gaber |

Anggota klub Kota Cimahi divisi dua memiliki 20 anggota klub dibagi menjadi 2 grup terdiri dari PS Persap, PS F-Three Sirga, PS Walijaya, PS CBS, PS Bemo Bintang Barat, PS Persaga, PS Bravensia, PS Eka Jaya, PS Kibar, PS Gaber.

PSKC Cimahi sendiri bermarkas di Stadion Sangkuriang namun hingga tulisan ini dibuat stadion tersebut masih dalam proses renovasi, dan foto-foto stadion Sangkuriang saat ini.



Gambar II.10 Stadion Sangkuriang Locket

Sumber: www.daerah.sindonews.com/read295580701melihat-kondisi-stadion-sangkuriang-di-cimahi-yang-kian-memprihatinkan-1610190091
(Diakses 10/01/2022)

Foto dibagian tribun sebelah barat sangat terlihat tidak terurus oleh Pemerintah Kota Cimahi, dan juga dibagian tempat duduk banyak sekali rumput liar yang tidak dicabut.



Gambar II.11 Stadion Sangkuriang Tribun Barat

Sumber: www.jabarekspres.com/berita20210616revitaliasi-stadion-sangkuriang-dimulai-bulan-depan
(Diakses 07/04/2022)

Foto dibagian atas sangat terlihat rumput yang tidak dipakai saat dipertandingan resmi banyak lumpur dibagian tengah lapangan, dan juga dibagian tempat duduk banyak sekali rumput liar yang tidak dicabut.



Gambar II.12 Stadion Sangkuriang Atas

Sumber: www.twitter.com/bangetbdg/status/1010844401877299205/photo1
(Diakses 07/04/2022)

Selama proses renovasi PSKC Cimahi menggunakan stadion lain untuk mengikuti kompetisi liga 2 yaitu di Stadion Siliwangi Kota Bandung. Alasan penggunaan lapangan tersebut karena dinilai lebih layak digunakan dalam bertanding sepak bola dibanding di Sangkuriang.



Gambar II.13 Stadion Siliwangi

Sumber: www.bola.netindonesiapersib-jamu-persiswa-di-stadion-siliwangi-24eb97.html
(Diakses 07/04/2022)

Namun sejauh ini pihak organisasi tidak mendapat berkas visi-misi PSKC Cimahi akan tetapi dalam salah satu makna dalam warna logo klub tersebut yaitu warna merah melambangkan keberanian masyarakat sepak bola Kota Cimahi walaupun dengan luas geografis Kota Cimahi yang relatif kecil tetapi mempunyai cita-cita membawa sepak bola Kota Cimahi ke tingkat yang lebih tinggi.

Sejarah yang pernah diukir oleh PSKC yaitu 3 kali juara liga 3 provinsi Jawa Barat saat melawan PSKC Cimahi menjadi juara liga zona 3 Jawa Barat untuk pertama kalinya pada tahun 2017. Mengalahkan Maung Anom FC di Stadion Persikas Kabupaten Subang dalam proses adu penalti dan otomatis lolos ke kompetisi putaran ke-3 Liga Nasional.



Gambar II.14 Juara Liga 3 Provinsi Jawa Barat Tahun 2017
Sumber: www.juaranews.com/uploads/news/news-171006012671.jpg
(Diakses 07/04/2022)

Pada tahun 2018, PSKC Cimahi kembali mempertahankan gelar Liga Jawa Barat di zona 3 tahun 2018. Berhasil mengalahkan tim asal Kabupaten Bandung, Persikab Bandung di Stadion Badak Putih, Kabupaten Cianjur. Skor 2-0 untuk memenangkan PSKC Cimahi dan lolos ke Liga 3 regional Jawa Barat.



Gambar II.15 Juara Liga 3 Provinsi Jawa Barat Tahun 2018
Sumber: www.merdeka.com/bandung/persibpskc-cimahi-juara-super-jalapa-liga-3-jawa-barat-2018-180801x.html
(Diakses 07/04/2022)

Tahun 2019, PSKC Cimahi merebut trofi juara liga 3 Seri 1 Jawa Barat untuk ketiga kalinya di Stadion Ahmed Yani, Kabupaten Sumedang. Mengalahkan Persikasi Bekasi dengan skor meyakinkan 3-1 dan sukses merebut tiket. Sebagai juara Liga Region 3 Jawa Barat maka akan dipromosikan ke Liga Regional Tahap 3 dengan keunggulan promosi ke Liga Regional Tahap 3.



Gambar II.16 Juara Liga 3 Provinsi Jawa Barat Tahun 2019

Sumber: www.jabar.tribunnews.com/2019/11/10/jadi-jawara-di-super-soccer-final-jalapa-3-jawa-barat-2019-pskc-cimahi-hattrick-raih-gelar-juara
(Diakses 07/04/2022)

Tiga kemenangan beruntun membuat sejarah baru bagi PSKC Cimahi dan rekor baru bagi sepak bola Jawa Barat karena hanya satu tim, PSKC Cimahi yang pernah meraih tiga kemenangan berturut-turut.

II.2.2. Identitas Visual Klub PSKC Cimahi

Setiap klub sepak bola di dunia pasti memiliki identitas atau citra. Identitas atau *image* sangat penting karena dapat menentukan karakter, visi dan misi klub kepada masyarakat luas dan penggemar sepak bola. Citra merek didefinisikan sebagai totalitas keyakinan, ide, dan perasaan yang dimiliki seseorang tentang suatu merek. Oleh karena itu, sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut Kotler menambahkan bahwa citra merek merupakan syarat bagi merek yang kuat (Kotler 2017).

Brand image sebenarnya sangat penting untuk identitas sebuah klub sepak bola penting bagi sebuah tim olahraga untuk memiliki identitas yang kuat yang melaluinya para penggemarnya dapat mengidentifikasi diri sendiri, termasuk melalui maskot, logo, dan seragam (Santosa 2014). PSKC Cimahi memiliki identitas klub yang fungsinya menghubungkan klub dengan para suporternya. Berikut ini logo, *jersey*, dan maskot dari PSKC Cimahi yang menjadi identitasnya saat ini:

1. Logo

Logo merupakan wajah perusahaan atau dalam hal ini di klub sepak bola. Logo menjadi alat pemersatu yang efektif karena berperan dalam menyampaikan pesan visual dari apa yang terkandung dalam logo. Logo membantu calon penonton, dalam hal ini suporter, untuk memahami visi dan misi klub dalam menyelenggarakan kompetisi nasional. Logo juga merupakan pengingat sejarah yang mudah diingat dan dapat memberikan makna atau persepsi yang berbeda.



Gambar II.17 Logo PSKC Cimahi
Sumber: Dokumen PSKC, 2017
(Diakses 07/04/2022)

Logo merupakan wajah perusahaan atau dalam hal ini klub sepak bola, logo menjadi alat pemersatu yang baik karena berperan dalam menyampaikan pesan dari *brand* dan logo mendukung hal tersebut bagi sebagian pendengarnya pendukung penyebabnya untuk memahami tujuan klub dan berlayar ke kejuaraan nasional (PSKC 2017).

Logo juga menjadi pengingat sejarah yang mudah melekat dalam ingatan dan dapat memberikan arti atau persepsi yang berbeda, dan ini makna dalam logo tersebut:

- a. Logo PSKC berbentuk perisai yang melambangkan kekuatan dengan didalamnya ada gambar riak air sebagaimana yang tergambar dalam logo Kota Cimahi dengan harapan dapat memberikan jalan kemakmuran sebagaimana air yang menjadi sumber kemakmuran untuk umat manusia.
- b. Komposisi Warna dalam logo
 - Tulisan PSKC Cimahi berwarna hijau sesuai dengan identitas Kota Cimahi sebagai Kota Militer
 - Garis pinggir perisai berwarna kuning Emas dimana kuning emas merupakan kasta warna tertinggi yang berharap PSKC Cimahi bisa berkiprah dalam kasta tertinggi persepakbolaan nasional.
 - Warna merah diantara garis perisai melambangkan keberanian masyarakat sepak bola Kota Cimahi walaupun dengan luas geografis Kota Cimahi yang relatif kecil tetapi mempunyai cita-cita membawa sepak bola Kota Cimahi ke tingkat yang lebih tinggi.

2. Jersey

Tentu saja, setiap klub di dunia ini memiliki kaos yang dibanggakan. *Jersey* adalah tanda dan bukti bahwa penggemar sepak bola khawatir tentang klub favorit. Fungsi lain dari pakaian rajut adalah pembeda antara klub yang satu dengan klub lainnya saat bertanding. Semua rajutan memiliki makna atau filosofi. Tampilan *jersey home* PSKC, dominan berwarna hijau dibagian leher dan lengan berwarna putih disusul bagian kanan terlihat logo kebanggaan PSKC, dibagian kiri logo apparel dari Adhoc.



Gambar II.18 *Jersey Home* PSKC Cimahi
Sumber: Dokumen PSKC, 2021
(Diakses 07/04/2022)

Tampilan *jersey away* PSKC, dominan berwarna merah dibagian leher dan lengan berwarna hitam disusul bagian kanan terlightat logo kebanggaan PSKC Cimahi, bagian kiri logo apparel dari Adhoc.



Gambar II.19 *Jersey Away* PSKC Cimahi
Sumber: Dokumen PSKC, 2021
(Diakses 07/04/2022)

Tampilan *jersey home* kiper PSKC, dominan berwarna hitam dibagian leher dan lengan berwarna merah disusul bagian kanan terlightat logo kebanggaan PSKC Cimahi, bagian kiri logo apparel dari Adhoc.



Gambar II.20 *Jersey Home GK PSKC Cimahi*
Sumber: Dokumen PSKC, 2021
(Diakses 07/04/2022)

Tampilan *jersey away* kiper PSKC, dominan berwarna biru dibagian leher dan lengan berwarna biru disusul bagian kanan terlihat logo kebanggaan PSKC Cimahi, bagian kiri logo apparel dari Adhoc.



Gambar II.21 *Jersey Away GK PSKC Cimahi*
Sumber: Dokumen PSKC, 2021
(Diakses 07/04/2022)

PSKC Cimahi mempunyai *jersey* kebanggaan dengan warna hijau, merah, hitam dan biru. Sejarah awal PSKC menggunakan *jersey* tersebut ketika pada tahun 2017. Pada saat tahun tersebut kompetisi sepak bola Indonesia baru bergulir lagi setelah FIFA jatuhkan sanksi pada PSSI.

c. Maskot

Selain logo, *jersey*. Sebuah klub memiliki identitas lain yang menjadi julukan atau biasa disebut maskot klub bola tersebut. Maskot umumnya berasal dari julukan klub dan digunakan suporter mengidentikan diri untuk klub kesayangannya. Klub bola PSKC Cimahi sendiri memiliki julukan yaitu Laskar Sangkuriang akan tetapi klub tersebut tidak menampilkan maskot pada *brand asset* klub.

II.3. Analisis

Analisis menurut Julianty (2002) analisis adalah sebuah penguraian pada pokok atas bagiannya dan penelaahan itu sendiri, serta hubungan antara bagian untuk mendapatkan pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan. Mendapatkan data yang valid perancang memakai analisis wawancara, kuesioner dan SWOT.

II.3.1 Wawancara

Wawancara dilakukan di kediaman sekretaris umum PSKC yaitu Rahmat Hidayat di daerah Jalan Pegadaian Kota Cimahi. Pada tanggal 14 Januari 2022. Tujuan wawancara dilakukan untuk mendapatkan data yang pasti dan akurat. Metode wawancara merupakan sebuah proses pembekalan verbal, saat itu orang dapat saling bertatap wajah dengan orang lain dan mendengarkan suara percakapannya sendiri. Penggunaan metode ini bertujuan, pertama agar perancang bisa menemukan tidak hanya ilmu mengetahui, tetapi juga ilmu yang tersembunyi dan mendalam. Kedua, pertanyaan deskriptif dapat mencakup pertanyaan tentang masa lalu, sekarang, dan masa depan (Hamid 2011).

PSKC Cimahi berdiri seiring berjalannya otonomi Kota Cimahi yaitu pada tahun 2001 itu bulan Juni itu otonomi Kota Cimahi. Dulu klub PSKC Cimahi masuk ke Persikab setelah otonomi Kota Cimahi harus pisah klubnya. Pada bulan September tahun 2001 persatuan sepak bola Kota Cimahi berkumpul untuk mendirikan persatuan sepak bola Kota Cimahi untuk membuat nama klub dan nama persikoci terpilih sebagai nama klub bola Kota Cimahi. Ketika mengikuti kompetisi divisi tiga waktu itu masih perserikatan muncul nama PSKC.

Bukan Persikoci. Awal berdiri PSKC mempunyai anggota yaitu 40, memulai kompetisi dengan anggotanya kurang lebih 40 klub anggota dan PSKC membuat kompetisi yang pertama kalinya dari anggota klub tersebut (Hidayat 2022).



Gambar II.22 Foto Bersama
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 07/04/2022)

Untuk saat ini kurangnya di PSKC Cimahi tidak adanya stadion, ada Stadion Sangkuriang tapi Stadion tersebut belum layak pakai. Sampai saat ini pemerintah Kota Cimahi belum merenovasi stadion tersebut. Dalam *brand asset* tidak memiliki maskot. Menariknya klub ini mempunyai julukan Laskar Sangkuriang.

Hasil dari wawancara yang dilakukan pada Sekrtaris Umum PSKC Cimahi, perancang dapat menyimpulkan hasil wawancara sebagai berikut.

1. PSKC Cimahi untuk saat ini tidak memiliki stadion di Cimahi karena Stadion Sangkuriang sedang diperbaiki sampai saat ini.
2. Kurangnya pendekatan klub Persatuan Sepak Bola Kota Cimahi kepada suporter dalam sisi *brand asset* visual dibandingkan klub-klub lain yang ada disekitar conrohnya seperti maskot.
3. Finansial klub yang begitu kurang baik.

II.3.2. Kuesioner

Kuesioner atau survei adalah proses pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden (Sugiyono 2018). Tujuan kuesioner untuk mengumpulkan data dan informasi dari masyarakat terkait klub Persatuan Sepak bola Kota Cimahi yang dilakukan pada tahun 2022. Berdasarkan hasil kuesioner kepada 18 orang, didapatkan data sebagai berikut.

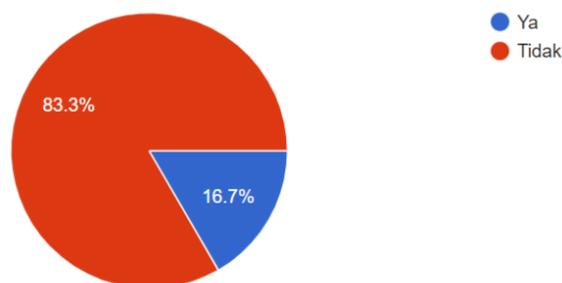
1. Profil Responden

Hingga tanggal 5 Februari 2022, kuesioner ini telah diikuti oleh 18 responden, Terdiri dari 4 responden perempuan, dan 14 responden laki-laki. Responden yang mengisi kuisisioner berusia 17 tahun (1 responden), 20 tahun (2 responden), 21 tahun (11 responden), 22 tahun (3 responden), 26 tahun (1 reponden). Profil domisili dari Bandung (12 responden), Tangerang (1 responden), Cimahi (2 responden), Jakarta (2 responden), Bekasi (1 responden).

2. Hasil Kuesioner

Kuesioner ditunjukkan pada orang rentang umur 17-26 tahun sesuai banyaknya para penggemar sepak bola. Kuesioner berisi beberapa pertanyaan yang bisa bertujuan sejauh mana pengetahuan masyarakat mengenai *Branding* Identitas Visual Persatuan Sepak bola Kota Cimahi.

Pada kuesioner pertama tentang berapa banyaknya penggemar pada dikuesioner ini dan 83,3% menjawab Ya dan 16,7% menjawab tidak.

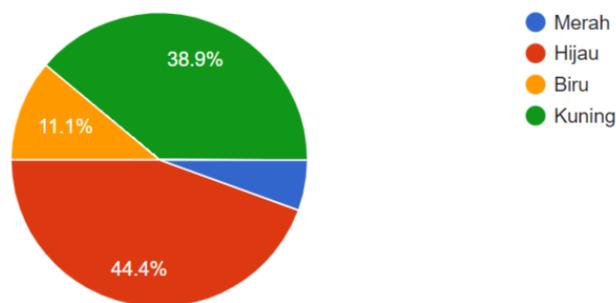


Gambar II.23 Diagram kuesioner berapa banyaknya penggemar pada dikuesioner ini
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 07/04/2022)

Pertanyaan kedua yaitu mengenai apa yang diketahui oleh responden tentang klub PSKC dan salah satu responden yaitu Septian menjelaskan PSKC Cimahi terbentuk tahun 2001 sebagai nama Persikoci, menjadi juara 3 kali berturut turut dalam liga 3 regional jawa barat pada tahun 2017 saat melawan Maung Anom. Tahun 2018 saat melawan Persikab dan tahun 2019 saat melawan Persikasi. Oleh karena itu bisa dilihat bahwa PSKC Cimahi klub satu-satunya mencatat sejarah tersebut.

Pertanyaan ketiga yaitu mengenai apa yang diingat saat mendengar klub PSKC dan salah satu responden yaitu Septian menjelaskan sebagai supporter. Tidak peduli jika berada di kasta apapun, sangat merasakan bagaimana kedekatan supporter dengan pemain maupun manajemen dan malah rasa lebih baik kembali ke liga 3 dari pada berada di liga 2 yang performanya tidak bagus. Manajemen saat ini tidak dekat dengan supporter beda saat PSKC Cimahi di liga 3. Keunikan dari klub ini adalah berani menunjukkan taring dibawah bayang-bayang klub Persib yang memiliki supporter yang tersebar di Kota Cimahi itu sendiri, lebih baik mendukung tim lokal yang berjuang atas nama Cimahi dari pada mendukung Kota sebelah namun lahir dan hidup di Kota Cimahi.

Pertanyaan keempat yaitu mengenai warna apa yang diingat dari klub PSKC responden menjawab 44.4% hijau, 38,9% kuning, 11,1% biru dan 5,6% merah.



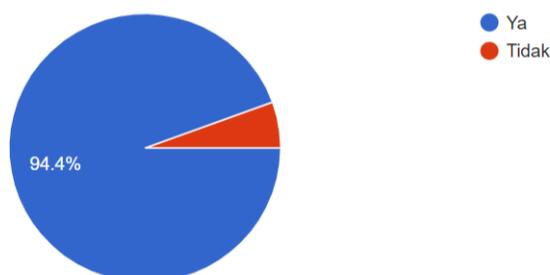
Gambar II.24 Diagram kuesioner warna apa yang diingat dari klub PSKC
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diakses pada 07/04/2022)

Pertanyaan kelima yaitu mengenai apa yang diingat dari visualnya contoh yaitu yang diingat dari logo seperti elemen warna/bentuk atau *jersey* yang mempunyai corak/warna). Salah satu responden yaitu Irsyad menjelaskan logo bagian birunya mirip logo dinas daerah Cimahi, ada semacam pola lorengnya seperti *font calligraphy* padahal ini *sport* akan lebih cocok menggunakan *bold sans serif* diposisikan miring menunjukkan cepat, sigap, dan aktif.



Gambar II.25 Logo dan *jersey*
Sumber: Dokumen PSKC, 2021
(Diakses pada 07/04/2022)

Pertanyaan keenam yaitu mengenai apakah perlu PSKC menambahkan maskot pada klub tersebut menyesuaikan dengan julukannya yaitu Panser Cimahi/Laskar Sangkuriang agar menambah semangat baru dan terlihat *modern*, dan reponder majawab 94,4% Ya dan 5,6% Tidak.



Gambar II.26 Apakah perlu PSKC menambahkan maskot pada klub tersebut.
(Diakses pada 07/04/2022)

II.3.3. Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan pada Persatuan Sepak Bola Kota Cimahi sebagai cara untuk membantu dalam menganalisa klub tersebut mencakup kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman dengan kompetitornya yaitu Persib Bandung. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) adalah analisis yang digunakan untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif untuk diterapkan sesuai dengan pasar dan situasi saat ini. Pengalaman pengenalan ini, peluang dan ancaman digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal atau eksternal, apakah kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) diperoleh dari manajemen perusahaan. (Galavan 2014).

1. Strengths

PSKC Cimahi berdiri sejak 2001, pengembangan pemain di PSKC Cimahi cukup baik. Itu dapat dilihat dari prestasi yang di raih.

2. Weaknesses

PSKC sulit bersaing dengan klub liga 2. Karena tidak adanya fasilitas Stadion sendiri, saat ini stadion Sangkuringan belum direnovasi oleh pemerintah Kota, dan belum memiliki *brand asset* berupa maskot.

3. Opportunities

PSKC memiliki sistem kepelatihan pengembangan pemain yang baik, hal tersebut dapat dilihat dari beberapa prestasinya. Tetapi untuk mencapai itu, PSKC kebanyakan masih diisi dari Pemain putra daerah Kota Cimahi

4. Threats

Setelah melakukan wawancara dengan suporter PSKC Cimahi, kompetitor dari PSKC, yaitu Persib Bandung. Pembeda dari kompetitor dan PSKC adalah PSKC kebanyakan masih diisi oleh pemain putra daerah Kota Cimahi tapi ada beberapa dari luar daerah.

Hasil dari analisis SWOT yang dilakukan, perancang dapat menyimpulkan hasilnya yaitu PSKC Cimahi saat ini fokus mencari pemain dari putra daerah Kota Cimahi. *Weaknesses* dari klub PSKC Cimahi belum memiliki *brand asset* berupa maskot,

II.3.4. Studi Kompetitor

1. Persib Bandung

Persib adalah klub berasal dari Bandung, Jawa Barat, Sebelum nama Persib lahir, Bandoeng Inlandsche Voetbal Bond (BIVB) didirikan di Bandung pada tahun 1923. BIVB adalah salah satu organisasi perjuangan nasionalis saat itu. BIVB kemudian menghilang dan muncul dua asosiasi lainnya, yaitu Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia (PSIB) Bandung dan National Voetball Bond (NVB). Pada tanggal 14 Maret 1933, klub-klub sepak untuk bergabung, dan lahirlah asosiasi baru bernama Persib, (Persib 2015).

- Logo

Arti warna pada logo tersebut adalah, kuning berarti kemakmuran dan kebangsawanan. Hitam itu solid, lurus dan kuat. Hijau berarti kemakmuran dan kesejukan. Putih adalah simbol kemurnian, dan biru adalah simbol kesetiaan.



Gambar II.27 Logo Persib
Sumber: Dokumen Persib, 2017
(Diakses pada 10/01/2022)

- *Jersey*

Jersey Persib Bandung memiliki 3 *jersey* yaitu *home*, *away*, *away 3rd* menggunakan *apparel* Sportama, *jersey* pertama selalu menggunakan warna andalan yaitu hijau.



Gambar II.27 *Jersey* Persib
Sumber: Dokumen Persib, 2021
(Diakses pada 10/01/2022)

- *Maskot*

Maskot Persib Bandung yang dikenal dengan Prabu artinya Pangeran Biru, julukan bagi para pemain Persib Bandung. Kata Prabu digunakan sebagai inspirasi dari sebuah kerajaan yang pernah memerintah yaitu Prabu Siliwangi, sebuah cerita yang tidak akan pernah lepas dari tatar Sunda.



Gambar II.28 Prabu Maskot Persib
Sumber: Dokumen Persib, 2017
(Diakses pada 10/01/2022)

2 Persikabo Kabupaten Bogor

Persikabo adalah sebuah klub sepak bola Indonesia yang berasal di Kabupaten Bogor, yang didirikan pada tahun 1973 dan Persikabo mengikuti kompetisi resmi pada tahun 1994/1995.

- Logo

Logo kebanggaan Persikabo menampilkan gambar tameng terlihat gambar bola dan 2 senjata tajam tradisional Jawa Barat kujang.



Gambar II.29 Logo Persikabo

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Persikabo_1973
(Diakses pada 07/04/2022)

- Jersey

Jersey Persikabo memiliki 3 jersey yaitu *home*, *away*, menggunakan *apparel* Adhoc, jersey pertama selalu menggunakan warna andalan yaitu hijau.



Gambar II.30 Jersey Persikabo

Sumber: <https://shopee.co.id/Jersey-Persikabo-1973-Home-Away-2021-2022-BRI-Liga-1-Hijau-Putih-Printing-Lokal-i.50778019.7225016335>
(Diakses pada 07/04/2022)

- Maskot

Si Kumang adalah Maskot dari Persikabo, maskot tersebut selalu ada pada setiap pertandingan untuk menghibur dan menyemangati pemain maupun suporter.



Gambar II.31 Si Kumang Persikabo

Sumber: <https://id-id.facebook.com/PBLpersikabo/posts/si-kumang-73-kumang73official-pblpersikabo-persikabolovers/10158038884819496/>
(Diakses pada 07/04/2022)

3, Sriwijaya FC

Sriwijaya FC adalah sebuah klub sepak bola Indonesia yang berasal di Kota Palembang, yang didirikan pada tahun 2005 dan Sriwijaya FC mengikuti kompetisi resmi pada tahun 2005.

- Logo

Logo kebanggaan Sriwijaya FC menampilkan gambar 2 objek yaitu burung elang dan jembatan Ampera.



Gambar II.32 Logo Sriwijaya FC
Sumber: https://en.wikipedia.org/wiki/Sriwijaya_F.C.
(Diakses pada 07/04/2022)

- *Jersey*

Jersey Persikabo memiliki 2 *jersey* yaitu *home*, *away*, menggunakan apparel Tweve Apparel, *jersey* pertama selalu menggunakan warna andalan yaitu merah tua.



Gambar II.33 *Jersey* Sriwijaya FC
Sumber: <https://shopee.co.id/JERSEY-SRIWIJAYA-FC-HOME-DAN-AWAY-i.25461500.6095503830>
(Diakses pada 07/04/2022)

- Maskot

Cek Emas adalah Maskot dari Sriwijaya FC, maskot tersebut selalu ada pada setiap pertandingan untuk menghibur dan menyemangati pemain maupun suporter.



Gambar II.34 Si Kumang Persikabo

Sumber: <https://www.sumsel.antaranews.comberita300859sriwijaya-fc-bidik-penjaga-gawang>
(Diakses pada 07/04/2022)

4. Manchester United

Manchester United adalah klub sepak bola profesional berasal dari Kota Manchester, Inggris, yang bermain di Liga Inggris Pada awalnya, klub ini bernama Newton Heath L & YR F.C. yang didirikan pada tahun 1878. Nama kemudian berubah menjadi Manchester United pada tahun 1902.

- Logo

Logo kebanggaan Manchester United menampilkan gambar 2 gambar bola, dan terlihat dibagian tengah ada perisai yang bergambar 2 objek yaitu kapal berlayar dan setan merah ikon dari klub tersebut.



Gambar II.35 Logo Manchester United
Sumber: <https://www.pngwing.com/id/free-png-bzkaq>
(Diakses pada 07/04/2022)

- *Jersey*

Jersey Manchester United memiliki 3 jersey yaitu *home*, *away*, *away 3rd*, menggunakan *apparel* Adidas Apparel, *jersey* pertama selalu menggunakan warna andalan yaitu merah.



Gambar II.36 *Jersey* Manchester United
Sumber: <https://www.allmall.ga/ProductDetail.aspx?iid=146104247&pr=53.88>
(Diakses pada 07/04/2022)

- *Maskot*

Fred the Red adalah Maskot dari Manchester United, maskot tersebut selalu ada pada setiap pertandingan untuk menghibur dan menyemangati pemain maupun suporter.



Gambar II.37 Fred the Red Maskot Manchester United
Sumber: <https://www.indosport.com/sportainment/20190719/fred-the-red-maskot-man-united-pamer-bokong-saat-diejek-fans-lawan>
(Diakses pada 07/04/2022)

II.4. Resume

PSKC Cimahi merupakan klub sepak bola yang berasal dari Kota Cimahi. Namun saat ini masyarakat Kota Cimahi banyak yang belum mengetahui tentang klub tersebut. Saat ini belum memiliki *brand asset* berupa maskot dan dibanding dengan Persib Bandung sudah lebih memiliki banyak *brand asset* salah satu contohnya yaitu maskot. Maskot berfungsi sebagai sintesis identitas visual, maskot memfasilitasi hubungan emosional dengan khalayak sasaran dan dapat menjadi bagian dari kegiatan promosi atau lainnya.

II.5. Solusi Perancangan

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kota Cimahi belum banyak mengetahui tentang klub PSKC Cimahi. Solusi yang ditawarkan adalah perancangan aset visual yang dapat menjadi identitas klub PSKC Cimahi. Tujuannya agar PSKC Cimahi lebih dikenal oleh masyarakat Kota Cimahi dan juga sebagai penyemangat klub sebelum bertanding. Media perancangan ini diunggah melalui media sosial seperti Instagram. Pertimbangan bahwa media sosial saat ini dapat menjangkau seluruh daerah, selain itu masih aktif diakses oleh masyarakat.