BAB II
IDENTITAS VISUAL
LOGO VIKING PERSIB CLUB

2.1 Logo Sebagai Identitas Visual

2.1.1 Pengertian Logo

Logo berasal dari bahasa Yunani “logos”. Definisi logo menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995), adalah suatu huruf atau lambang yang mengandung arti tertentu, terdiri dari suatu huruf atau lebih sebagai lambing atau nama perusahaan atau organisasi. Dalam buku yang berjudul *Membangun Citra Perusahaan* karangan Santosa (2002:70) menyimpulkan, “Logogram adalah simbol ekspresi yang divisualkan secara grafis, dapat berupa objek tertentu atau huruf, dapat divisualkan secara kongkrit atau abstrak”.

Logo merupakan lambang atau simbol khusus yang mewakili suatu perusahaan atau organisasi, sebuah logo bisa berupa nama, lambang dan elemen grafis lain yang ditampilkan secara visual, serta diciptakan sebagai identitas yang unik dan mudah dibedakan dengan perusahaan atau kompetitor (pesaing).

Fungsi dasar dari logo adalah sebagai identitas, oleh karena itu logo harus divisualisasikan seimbang, relefan, dan mampu menyampaikan citra positif melalui tampilan sederhana dalam bentuk simbol. Disamping itu logo juga harus bisa memberikan penjelasan mengenai apa yang ditawarkan perusahaan atau organisasi pemilik logo.

Suatu logo yang ideal, secara keseluruhan merupakan suatu instrumen rasa harga diri dan nilai-nilai yang mampu mewujudkan citra positif dan Pada akhirnya adalah refleksi citra bisnis perusahaan, instansi dan lain sebagainya yang disimbolisasikan serta

direpresentasikan secara utuh dan total, bahwa logo tersebut mengandung arti atau makna suatu “kebijakan berpikir” dan “maksud tertentu” badan usaha (aspirasi perusahaan), yang menunjukan kualitas dan nilai-nilai yang ditujukan.

2.1.2 Pengertian Identitas Visual

Menurut Kusmiati, Artini (1999:103), pengertian “identitas visual mencakup jangkauan yang lebih luas yaitu untuk menunjukan kepada khalayak ramai tentang cirri khas, kepribadian, kajayaan, kepercayaan serta kualitas produk atau jasa dari suatu perusahaan”.

Identitas Visual adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan teks dan atau gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan. Identitas visual biasanya ditunjukan dengan sebuah logo, dari segi pemasaran identitas visual berupa logo memiliki fungsi identitas yang membedakan sebuah produk dengan produk lainnya, kelompok dengan kelompok lainnya atau perusahaan dengan perusahan lainnya. Dari fungsi ini, logo kemudian menjadi ukuran sebuah citra, baik citra sebuah produk, perusahaan maupun organisasi.

Identitas visual berupa logo merupakan sebuah karya seni rupa yang bisa berupa *dwi matra* (dua dimensi) atau *tri matra* (tiga dimensi). Sebagai karya seni rupa, sebuah logo tidak bisa lepas dari elemen-elemen senirupa dasar yang membentuknya seperti garis, bentuk, warna, ruang, dan tipografi.

2.1.3 Hal-hal yang Perlu Diperhatikan Dalam Pembuatan Logo

Dalam membuat sebuah logo yang baik, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Menurut Prof. Drs. Yongky Safanayong (2009: 40), Hal-hal tersebut meliputi :

– Logo harus dapat digunakan diberbagai media

- Logo harus mudah untuk diingat dan difahami semua orang termasuk didalamnya pertimbangan keterbacaan dari logo itu sendiri
- Komposisi warna logo yang harus sesuai
- Bentuk logo, bentuk yang rumit akan menempatkan orang pada posisi yang sulit, sulit untuk melihat pesan dan makna gambar
- Logo harus mampu mewakili jawaban-jawaban dari pertanyaan, mengapa anda perlu logo ini? siapa targetnya? Apa tujuannya?

2.1.4 Tujuan Pembuatan Logo

Pada sebuah buku yang berjudul "*How to Design Trademarks and Logos*" karya John Murphy dan Michael Rowe (1998), Sebuah logo dibuat dengan tujuan sebagai berikut :

1. Meningkatkan identitas supaya mudah dikenali
2. Meningkatkan citra perusahaan
3. Memberikan rasa aman dan nyaman bagi *customer*
4. Menyatakan "kebesaran" dan "kehebatan" suatu perusahaan
5. Simbol yang mengingatkan orang mengenai suatu merek, perusahaan, organisasi atau kelompok.

2.2 Profil Klub Pendukung (Viking Persib *Club)*

2.2.1 Sejarah Berdirinya Viking Persib *Club*

Sejak terbentuknya persatuan sepak bola Indonesia Bandung (PERSIB) di Bandung pada tahun 1933, para pendukung yang dulunya mendukung klub-klub sepak bola yang ada di Bandung sepakat menyatukan diri dan membentuk sebuah kelompok sosial yang setia memberikan dukungannya terhadap Persib. Kelompok

sosial tersebut diikat dengan sebuah azas kekeluargaan dan rasa persaudaraan yang tinggi serta pola perilaku yang terakomodir dalam sebuah kelompok.

Pada tanggal 17 Juli 1993, kelompok sosial yang dibentuk oleh para pendukung dari kota Bandung mendeklarasikan keeksistensian mereka dengan membuat sebuah identitas kelompok yang dikenal dengan sebutan Viking Persib *Club*. Keanggotaan dari Viking menunjukan antusias dan fanatisme para pendukung yang jumlah anggotanya bertambah setiap periodenya.

Namun nama Viking tersamarkan dengan adanya istilah bobotoh, bobotoh diambil dari bahasa sunda yang artinya pendukung. Seluruh anggota Viking secara umum bisa dikatakan sebagai bobotoh Persib, akan tetapi bobotoh yang ada di Bandung tidak bisa seluruhnya dikatakan sebagai anggota Viking, hal ini dikarenakan Viking memiliki daftar keanggotaan yang harus diisi dan dimiliki oleh setiap anggotanya dengan kata lain Viking memberikannya ID Card bagi masing-masing anggota.

Perjalanan waktu, kebersamaan, hubungan pertemanan dan persaudaraan serta rasa cinta yang telah terbina, menjadikan Viking Persib *Club* sanggup bertahan bahkan berkembang dan tersebar hingga keberbagai wilayah nusantara. Hal ini ditunjukan dengan banyaknya distrik-distrik yang terbentuk dan tersebar di seluruh kota Bandung bahkan diluar kota Bandung.



Gambar 2.1 antusiasme para bobotoh/Viking ketika launching pemain persib
Sumber :HTTP://WWW.LIGA-INDONESIA.CO.ID/BLI/INDEX.PHP?GO=NEWS.DETAIL1&IDNEWS=720

2.2.2 Visi dan Misi Viking Persib *Club*

Viking Persib *Club* memiliki visi dan misi sebagai berikut;

Visi

“Menjadi sebuah organisasi atau kelompok sosial yang menjaga sportifitas dan mempunyai jiwa sosial yang tinggi, baik didalam stadion atau diluar stadion serta menjadi leading organisasi atau kelompok sosial yang mengedepankan tali persaudaraan dan menjunjung tinggi Bhineka Tunggal Ika”

Misi

“Menjaga keamanan dan kenyamanan pada setiap pertandingan yang diadakan, serta ikut berpartisipasi dalam segala bentuk kegiatan sosial demi terciptanya ikatan sosial dengan kelompok lain yang berlandaskan Bhineka Tunggal Ika.”

2.2.3 Kepengurusan Viking Persib *Club*

Sejak awal berdirinya hingga saat ini kepemimpinan dan kepengurusan Viking Persib *Club* tidak banyak mengalami perubahan, hal ini dikarenakan Viking berbeda dengan organisasi lain yang memberlakukan sistem rotasi kepengurusan. Alasan yang menjadikan hal tersebut adalah hubungan kekeluargaan yang terikat didalamnya, sebagaimana dalam sebuah keluarga tidak akan ada pengganti sosok kepala keluarga kecuali faktor kematian. Begitupun dengan kepengurusan Viking Persib *Club.*

Disamping hal tersebut kepemimpinan dan kepengurusan Viking Persib *Club* tidak terikat oleh aturan-aturan formal baik itu daerah atau pemerintah pusat dan sebagaimana dikatakan oleh Ayi Suparman dalam wawancara seputar kepengurusan Viking Persib *Club,* beliau mengatakan Viking terdiri dari beberapa kumpulan *supporter* yang terikat oleh rasa cinta terhadap Persib dan mereka tidak akan bahkan pernah akan dibadan hukumkan atau dilegalkan,

akan tetapi dari pihak Viking sendiri tidak mau dan memilih tetap menjadi *pure* sebagai *supporter*.

Akan tetapi ada kesepakatan antara anggota-anggota Viking mengenai kepengurusan Viking Persib *Club* yaitu Jabatan ketua umum Viking yang diberikan kepada Heru Joko adalah merupakan figure kharismatik yang memiliki fungsi politis keluar organisasi atau kelompok lain. Sekretaris umum yaitu Yudi Baduy bertugas mengelola dan mengkoordinir segala bentuk kegiatan secara administratif. Satu hal lagi yang membedakan Viking dengan kelompok lainnya yaitu didalam struktur kepengurusannya, Viking memiliki sosok panglima ketika hadir disetiap pertandingan Persib.

Sosok panglima yang diberikan kepada Ayi Suparman atau dikenal dengan panggilan akrab Ayi Beutik, memiliki peranan yang tidak kalah penting, peran Ayi Beutik (Panglima) pada setiap pertandingan yaitu untuk memimpin dan melindungi anggota Viking apabila terjadi sesuatu dilapangan.



Gambar 2.2 Ayi Beutik – Panglima Viking (sumber: photo ketika wawancara seputar legalitas Viking Persib Club)

2.2.4 Identitas Visual Logo Viking Persib *Club*

Identitas visual logo yang ditonjolkan oleh Viking adalah sebuah kiasan bentuk muka dari sebuah suku Norsemen (bangsa Viking) yang ada di Eropa Utara dan merepresentasikan sifat-sifat dari

suku tersebut yaitu berjiwa penakluk, pantang menyerah, keras, berani, gigih, solid, patriotisme, dan penjelajah.



Gambar 2.3 logo Viking Persib Club(sumber: situs web Vikingcyber.com)

Jika dilihat dari jenis golongan berdasarkan teori John Murphy dan Michael Rowe pada bukunya yang berjudul *How to Design Trademarks and Logos*. logo Viking termasuk jenis logo Allusive Logo yaitu logo yang bersifat kiasan. Menurut salah satu pengurus kelompok Viking yaitu Yana Ewok, logo Viking dibuat oleh salah seorang mahasiswa Sekolah Tinggi Seni Indonesia (STSI) Buah Batu, Bandung.

Logo Viking Persib *Club* terdiri dari 2 elemen pembentuk, yaitu sebuah objek gambar dan tipografi. Gambar yang digunakan adalah merupakan objek gambar manusia yang dikiaskan dari suku Viking itu sendiri, sedangkan pada objek tulisannya logo Viking menggunakan jenis font Rockwell Extra Bold dan Arial Black sedangkan pada penempatannya terkesan fleksibel (tidak mempunyai aturan tertentu) dalam artian bisa diletakan dimana saja atau dengan pertimbangan-pertimbangan estetika yang cocok dengan media yang akan digunakannya.



Gambar 2.4 alternatif logo Viking (sumber: situs web Vikingcyber.com)

Jika memperhatikan logo Viking pusat dengan logo Viking lain yang ada disetiap distriknya masing-masing, semua logonya tidak lepas dari sebuah topi yang bertanduk dimana topi ini merupakan kiasan dari suku Viking yang ada di skandinavia, Eropa Utara. Akan tetapi pengalikasian logo terhadap beberapa media-media yang dibuatnya terlihat kurang konsisten, ketidakkonsistenan tersebut dikarenakan tidak adanya standarisasi logo atau ketentuan-ketentuan yang menjadi hak cipta suatu identitas atau logo.

Dari segi warna, logo Viking cenderung sering menggunakan warna biru, putih dan hitam. Warna biru merupakan warna yang dapat menimbulkan kesan dalamnya sesuatu dan sifatnya tantangan, pemberian warna tersebut juga diselaraskan dengan warna baju yang sering digunakan oleh para pemain Persib. Warna putih yang digunakan pada logo Viking selain sebagai pencahayaan, warna putih sering diartikan sebagai suatu kesulitan. Pemilihan warna hitam digunakan hanya sebagai border dan atau background pada logo Viking, dan warna hitam melambangkan suatu keberanian dalam hal emosi.

Pada gambar dibawah ini, menunjukan bahwa logo Viking Persib *Club* baik dilihat dari segi warna, bentuk dan komposisinya logo tersebut terlihat tidak konsisten begitupun halnya dengan penerapan logo pada tiap media yang digunakan. Hal ini diakibatkan tidak adanya panduan dan standarisasi logo dari Viking Persib *Club* pusat.

Logo Viking Persib *Club* disetiap daerah memiliki ciri khas masing-masing, akan tetapi jika dilihat dari bentuknya memiliki

kesamaan dalam visualisasi tanduk meskipun berbeda tetapi mempunyai unsur filosofi yang sama. Maka dengan itu kesamaan bentuk atau visualisasi tanduk tersebut jika memiliki panduan dan standarisasi akan menjadi sebuah identitas yang kokoh dan mempunyai kesamaan dalam memaknai unsur visual dalam bentuk tanduk tersebut.



Gambar 2.5 ragam logo Viking disetiap distrik (sumber: situs web Vikingcyber.com)