

**REPRESENTASI SIMBOL MAKHLUK MITOLOGI
PADA LOGO KLUB SEPAK BOLA LIGA 3
JAWA TIMUR 2023/2024**

TUGAS AKHIR SKRIPSI



OLEH:

MUHAMMAD IZAM FADILAH

NIM. 201511001

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA**

2024

ABSTRAK

Kompetisi sepak bola Liga 3 Jawa Timur menjadi liga dengan peserta terbanyak pada musim 2023/2024 berjumlah 53 klub. Setiap klub memiliki logo yang berbeda-beda untuk merepresentasikan identitas yang dimiliki klub. Terdapat 5 klub yang memiliki elemen visual karakter makhluk mitologi yaitu Perseta Tulungagung, Naga Emas Asri, Persedikab Kediri, PSBK-PETA, dan Perssu Madura City. Logo telah menjadi bagian penting dalam sebuah *brand* atau *merk*, pada klub sepak bola logo menjadi penting dan dapat mempengaruhi pada perancangan aset desain yang lain seperti *jersey*. Dengan metode kualitatif deskriptif, kelima logo dianalisis elemen visual pembentuknya yaitu bentuk, ilustrasi, warna, dan tipografi. Berikutnya elemen visual karakter makhluk mitologi dianalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes yaitu secara denotatif, konotatif, dan mitos, yang hasilnya Perseta Tulungagung dan Naga Emas Asri keduanya menggunakan simbol naga namun memiliki makna yang berbeda yaitu kekuatan besar dengan keberuntungan, kemudian Persedikab Kediri dan PSBK-PETA memiliki kesamaan elemen visual yaitu Dewa Ganesha dengan makna yang sama yaitu kecerdasan. Setiap logo merepresentasikan mitos yang ada di tempat asal klub.

Kata Kunci: *Logo, Sepak bola, Makhluk Mitologi, Semiotika*

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Kerangka Konseptual.....	14
1. Semiotika.....	14
2. Logo Klub Sepak Bola	20
3. Karakter Makhluk Mitologi.....	31
G. Metode Penelitian	48

H.	Bagan Alur Penelitian.....	53
I.	Sistematika Penulisan	55
BAB II	SIMBOL MITOLOGI SEBAGAI ELEMEN LOGO KLUB SEPAK BOLA LIGA 3 JAWA TIMUR	57
A.	MITOLOGI BAGIAN DARI IDENTITAS KLUB	57
1.	Profil Liga 3 Jawa Timur.....	57
2.	Logo Klub Sebagai Identitas <i>Brand</i>	77
3.	Makhluk Mitologi di Jawa Timur.....	81
B.	KLASIFIKASI LOGO KLUB.....	93
1.	Logo Klub Liga 3 Jatim.....	93
BAB III	MAKNA SIMBOL MAKHLUK MITOLOGI LOGO KLUB SEPAK BOLA LIGA 3 JAWA TIMUR	119
A.	MAKNA DENOTATIF KARAKTER LOGO	119
B.	MAKNA KONOTATIF DAN MITOS SIMBOL MAKHLUK MITOLOGI DALAM LOGO	137
BAB IV	PENUTUP	156
A.	Kesimpulan	156
B.	Saran	160
	DAFTAR PUSTAKA	162
	LAMPIRAN.....	168

DAFTAR PUSTAKA

- Aghnies, D. E. 2019. "Tampilan Degradasi Adat Pernikahan Budaya Jawa Dalam Film Teman Tapi Menikah" Skripsi S-1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang, Semarang.
- Agustianto. (2011). Makna Simbol Dalam Kebudayaan Manusia. *Jurnal Ilmu Budaya*, 8(1), 1–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/jib.v8i1.1017>
- Ahmad Budi Sulistio. (2017). Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis. *Digital Marketing*, 1–16. <https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf>
- Angeline, M. (2015). Mitos dan budaya. *Humaniora*, 6(2), 190–200. <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i2.3325>
- Anggraini, A. D., & Raharjo, R. (2022). *Mitisme dalam kumpulan Cerita Mysticism In a Collection of Stories*. 10(2), 537–552. <https://doi.org/10.20961/basastra.v10i2.60774>
- Anggraini, A. D., & Raharjo, R. (2022). Mitisme dalam kumpulan Cerita Mysticism In a Collection of Stories. *JIMPITAN: Jurnal Ilmu Pengetahuan Nusantara*, 10(2), 537–552. <https://doi.org/10.20961/basastra.v10i2.60774>
- Ayu, I. G., & Aristi, A. (2019). Analisis Elemen-Elemen Visual dan Makna Billboard Nu Green Tea "Rasanya , Bikin Nyaman!" Analysis of Visual Elements and the Meaning of Billboard Nu Green Tea " It Feels , Makes It Comfortable !" *E-Proceeding.Isi-Dps.Ac.Id*, 73–80.
- D. Prasetyo, B., & Nufian, S. F. (2020). *Strategi Branding : Teori dan Prespektif Strategi Branding*. Malang : UB Press.
- Darisman, A. (2012). TINJAUAN ELEMEN DESAIN PADA DUNIA SENI. *Humaniora*, 3(2), 622–631. <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3406>
- Dr. Amsori, S.IP., M. S. D. (2023). *Revolusi Sepak Bola Indonesia* (Sulaiman (ed.)). Jakarta : Perkumpulan Fata Institute - Fins.
- Ferianto, B., Kuntjoro, T., Studi, P., Jasmani, P., & Surabaya, U. N. (2020). Rasisme dalam olahraga. *Jurnal Penjaroka*, 7(1), 69–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/penjakora.v7i1.19503>
- Ferrari, R. F., & Ekawardhani, Y. A. (2023). Perancangan Buku Cerita Bergambar Mengenai Cryptozoology Indonesia. *Divagatra - Jurnal Penelitian*

- Mahasiswa* *Desain*, 03(01), 34–50.
<https://doi.org/https://doi.org/10.34010/divagatra.v3i1.9635>
- Ficky, M. (2022). Promosi Brand Muna98craft Melalui Perancangan Visual Branding (Logo). *Jurnal Dasarrupa*, 4(1), 1–6.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52005/dasarupa.v4i1.76>
- Fitria Yulianto, P. (2018). Sepak bola dalam industri olahraga. *Seminar Nasional Ilmu Keolahragaan UNIPMA*, 1(1), 98–105.
<http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/snik/index>
- Fitriani, N. (2016). Analisis Semiotika Meme #SaveHajiUlung Dalam Situs 1cak.com. *Digilib.Uns.Ac.Id*.
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi. In *Banyumas : CV. Pena Persada*.
- Handayani, F., & Nuzuli, A. K. (2021). Analisis Semiotika Logo Dagadu. *Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab Dan Dakwah*, 3(1), 58–72.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32939/ishlah.v3i1.44>
- Handita Kesoema, I., & Handriyotopo, H. (2022). Perancangan Katalog Digital Museum Radya Pustaka Surakarta. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 3(1), 69–91.
<https://doi.org/10.33153/citrawira.v3i1.4622>
- Handriyotopo. (2022). Analisis Karakter “Si Corona” Pada Buku Digital Kartun Edukasi Virus Corona Untuk Anak-Anak di Tengah Pandemi. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 08(03), 339–352.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33633/andharupa.v8i3.5627>
- Hanindharputri, M. A. (2018). Elemen visual sebagai pembentuk kekuatan logo. *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis)*, 2, 161–166. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/49>
- Harits, I. W. (2023). Megaremeng dan Cerita Lain Sebagai Identitas dan Kebudayaan Madura di Pulau Madura. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(2), 985–996.
<https://doi.org/10.35931/aq.v17i2.1979>
- Herusutoto, B. (2012). *Mitologi Jawa*. Depok: ONCOR Semesta Ilmu.
- Ismiati, D., Rachman, A., & Setiawan, A. (2023). Ikonisitas Pada Logo dan Tagline City Branding Kendal Dalam Perspektif Semiotika Visual. *Jurnal Bahasa Rupa*, 06(02), 168–179. <https://doi.org/DOI> : <https://doi.org/10.31598>
- Khomsiyah, A., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Loyalitas dan Fanatisme Supporter pada Klub terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Orisinal: Studi pada

- Supporter Persela Lamongan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 242–257.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.756>
- Kurniawan, F., & Zaman, N. (2022). *Visualisasi Naga pada Karya Seni Rupa Klasik Tiongkok*. 10(2), 105–115.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26742/atrat.v10i2.2223>
- Laksani, H., & Pandanwangi, B. (2023). Analisis Semiotika Pada Iklan Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris Prodi Desain Komunikasi Visual. *Aksa : Jurnal Komunikasi Visual*, 6(2), 944–956.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37505/aksa.v6i2.85>
- Lestari, V., & Kartika, A. (2022). Pesan Peduli Lingkungan Pada Iklan Mcdonald's Jerman di Instagram (Kajian Analisis Semiotika Roland Barthes). *Identitaet*, 11(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/ide.v11n2.p99-113>
- Luh, N., Gita, G., Ketut, N., Astuti, R., Visual, D. K., Seni, F., Seni, I., Denpasar, I., & Indah, J. N. (2018). Perancangan Karakter 3 Dimensi “Laik” Sebagai Intellectual property. *Amarasi : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(1), 52–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1953>
- Mahmudah, S. (2018). Sejarah Persela Lamongan. *Avatara : E-Journal Pendidikan Sejarah*, 6(2), 175–184.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/24099>
- Masy'al, G. F. (2020). “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Pengunjung Miniso di Jakarta)” Skripsi S-1 Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, Jakarta.
- Meilani. (2013). TEORI WARNA : Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. *Humaniora : Binus Journal Publishing*, 4(1), 326–338.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3443>
- Mohammad, T. (2018). “Penelitian Komparatif Pada Visualisasi Karakter Dota2 Dengan Karakter MakhluK Mitologi Yunani” In *Digital library - Perpustakaan Pusat Unikom - Knowledge Center*.
- Muhammad Farizki Afdillah, A. S. P. (2015). Logo Persatuan Sepak Bola Sidoarjo (Kajian Struktur dan Makna). *Jurnal Seni Rupa*, 3(2), 85–93.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-prestasi-olahraga/article/view/26485>
- Musfiroh, M. (2021). The Philosophy Of Grauda “Mythological Animals From The Archipelago As State Symbols Of Indonesia.” *I-WIN Library*, 1.

- Mustofa, S. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mendukung Persatu Tuban Naik Ke Liga 2. *Jurnal Prestasi Olahraga*, 3(1), 1–9. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-prestasi-olahraga/article/view/31506>
- Nurfitri, R. (2021). Analisis tanda dan makna pada desain logo sanggar tari puspitasari. *Citra Dirga - Jurnal Desain Komunikasi Visual Dan Intermedia*, 3(1), 48–57.
- Oktavianus, P. (2020). “*Re-visual Branding Klub Bola Persemag Kabupaten Magetan*”. Skripsi S-1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta, Surakarta.
- Pramono, A. R. (2018). *Kajian Bentuk dan Makna Label Makanan Ringan di Kota Solo*. Skripsi S-1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta, Surakarta.
- Pratiwi, T. S., Putri, Y. R., & Ip, S. (2015). Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Logo Calais Tea. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 4327–4336. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2456>
- Ramadhan, A. P., Meylani, E., Aini, N. N., Kamali, H. S., & Syafiar, M. A. (2023). Nilai Seni Arca Ganesha Lembah Gana di Desa Karangjati. *Jurnal Majemuk*, 2(4), 445–452. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/majemuk> Nilai
- Rasyid Ridlo, M. H. (2022). Desain Branding Keris Pariwisata Sumenep. *Ejournalwiraraja*, 17(2), 127–141. <https://doi.org/https://doi.org/10.24929/fisip.v17i2.2267>
- Restiawan Permana, & Yusmawati. (2022). Semiotika Visual Logo Bumbu Bamboe dan Perannya Sebagai Identitas Perusahaan. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(1), 96–103. <https://doi.org/10.30738/sosio.v8i1.11807>
- Rinaldi, R. S., & Thabathaba, A. (2023). Analisis Perubahan Desain Karakter Dalam Gim Seri Dreadout Pendekatan Manga Matrix. *Jurnal Seni Nasional Cikini*, 9(1), 29–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.52969/jsnc.v9i1.218>
- Rizkizha, D. F. (2019). Perancangan Maskot Sebagai Strategi Brand Activation Klub Sepakbola PSIM Jogja. *Aksa : Jurnal Komunikasi Visual*, 2(2), 260–269. <https://doi.org/https://doi.org/10.37505/aksa.v2i2.25>
- Rustan, S. (2019). *Warna Warni*. Jakarta: Batara Imaji.
- Rustan, S. (2021). *LOGO 2021*. Jakarta: Nulisbuku Jendela Dunia.
- Said, A. A. (2019). Mendesain logo. *TANTRA : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(3), 159–168. <https://doi.org/https://doi.org/10.26858/tanra.v6i3.13014>

- Sandy, D. C., & Murfianti, F. (2020). "Sekutu Kopi" Melalui Media Sosial Instagram. *Strategi Kreatif Dalam Promosi "Sekutu Kopi" Melalui Media Sosial Instagram*, 1(1), 1–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.33153/citrawira.v1i1.3292>
- Setiasih, N. W., & Rini, E. S. (2022). Komparasi Elemen Pembentuk Logo pada Logo KFC dan Logo JFC. *ARS: Jurnal Seni Rupa & Desain*, 25(1), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/ars.v25i1.6114>
- Simatupang, K. R. (2022). "Strategi Digital Branding Tim Persija Jakarta Melalui Media Instagram". Skripsi S-1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Sinaga, A. T. (2019). Perancangan Karakter Pada Game Yang Mengangkat Tentang Mitologi Indonesia. *E-Proceeding of Art & Design*, 6(3), 3822–3834. https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/155615/jurnal_eproc/perancangan-karakter-pada-game-yang-mengangkat-tentang-mitologi-indonesia.pdf
- Stiawati, L. (2016). *Legenda Lembu Suro Sebagai Inspirasi Penciptaan Karya Seni Lukis*. Skripsi S-1 Jurusan Seni Rupa Murni Fakultas Ilmu Budaya Universitas Brawijaya, Malang.
- Sucipta, I. W. A. (2023). Banaspati Raja Dalam Penciptaan Seni Lukis Kontemporer. *Citakara: Jurnal Penciptaan Dan Pengkajian Seni Murni*, 3(1), 119–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.59997/citakara.v3i1.2344>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryasuciramadhan, A., & Meira, D. (2024). Analisis Isi Eksploitasi Dan Penistaan Agama Dalam Poster Film Kiblat: Content Analysis Of Exploitation And Blasphemy In Kiblat Movie Posters. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i3.128>
- Suyitno, D. (2020). Analisis Data Dalam Rancangan Penelitian Kualitatif. *AKADEMIKA*, 18(1), 49–57. <https://jurnal.stieimalang.ac.id/index.php/jak/article/view/54>
- Upacara Adat Jamasan Kyai Upas Tulungagung. (2016, 1 Januari)Warisan Budaya Tak Benda Indonesia. <https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailCatat=6767>, diakses 5 Mei 2024
- Wandowo, S., & Herry Prilosadoso, B. (2022). Reka Cipta Iklan Dengan Pendekatan Ambient Media Dalam Konsep Segitiga Insight Pada Desa Wisata

- Betisrejo Kabupaten Sragen. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 3(1), 92–115. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v3i1.4623>
- Wicaksono, B. I. (2019). Sejarah persepakbolaan di Yogyakarta (1929-1943). *Jurnal Prodi Ilmu Sejarah UNY*, 4(4), 1–15. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilmu-sejarah/article/viewFile/16566/16026>
- Wirantama, D. (2018). “Perancangan Informasi Tentang MakhluK Mitologi Naga Melalui Media Buku Ilustrasi” . Skripsi S-1 Jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain Universitas Komputer Indonesia, Bandung. *Digital library - Perpustakaan Pusat Unikom*. <https://elib.unikom.ac.id>
- Yelly, P. (2019). Analisis MakhluK Superior (Naga) dalam Legenda Danau Kembar (Kajian Semiotika Roland Barthes; Dua Pertandaan Jadi Mitos). *Jurnal Serunai Bahasa Indonesia*, 16(2), 121–125. <https://doi.org/https://doi.org/10.37755/jsbi.v16i2.200>
- Yuliana, A. A., & Rosmiati, A. (2021). Elemen Visual Desain Sampul Piringan Hitam Album Keroncong Produksi Lokananta Tahun 1959-1971. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 2(2), 139–158. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v2i2.4014>