

## ANALISIS PERAN PENGGUNAAN ELEMEN VISUAL PADA LOGO PERSIJA JAKARTA UNTUK MEREPRERESENTASIKAN SEMANGAT DAN KEBANGGAAN

Nilia Anggun Damayanti<sup>1</sup>, Maya Putri Utami<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Niliaanggun25@gmail.com*, <sup>2</sup>*Angeliamaya@unika.ac.id*

Universitas Katholik Soegijapranata Semarang  
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1, Bendan Dhuwur, Kota Semarang, Jawa Tengah 50235

### Abstrak

Logo merupakan elemen visual yang penting dalam merepresentasikan identitas suatu organisasi atau entitas. Logo Persija Jakarta, sebagai simbol dari salah satu klub sepak bola terkemuka di Indonesia, juga memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan semangat dan kebanggaan yang melekat pada klub dan pendukungnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran penggunaan elemen visual pada logo Persija Jakarta dalam merepresentasikan semangat dan kebanggaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis elemen visual dan teori semiotika Ferdinand De Saussure. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi logo Persija Jakarta, dokumen terkait, dan wawancara dengan perwakilan pendukung klub yakni Jakmania. Analisis dilakukan dengan memeriksa elemen-elemen visual dalam logo seperti warna, bentuk, simbol, dan tipografi, serta bagaimana elemen-elemen ini berinteraksi untuk mengungkapkan pesan semangat dan kebanggaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa elemen visual dalam logo Persija Jakarta secara efektif mengkomunikasikan semangat dan kebanggaan. Penggunaan warna merah yang kuat dan elemen visual lainnya menggambarkan semangat dan keberanian, sementara simbol monument nasional menggambarkan sebuah kebanggaan yang membawa identitas daerah.

**Kata Kunci:** elemen visual, logo, Persija Jakarta, semiotika.

### Abstract

*A logo is an important visual element in representing the identity of an organization or entity. The Persija Jakarta logo, as a symbol of one of the leading football clubs in Indonesia, also plays an important role in communicating the passion and pride attached to the club and its supporters. This study aims to analyze the role of the use of visual elements in the Persija Jakarta logo in representing passion and pride. This research uses a qualitative approach with visual element analysis methods and Ferdinand De Saussure's semiotic theory. The data used in this study include the Persija Jakarta logo, related documents, and interviews with representatives of the club's supporters, namely Jakmania. The analysis is carried out by examining the visual elements in the logo such as colors, shapes, symbols, and typography, and how these elements interact to convey*

*messages of passion and pride. The results of this research show that the visual elements in the Persija Jakarta logo effectively communicate enthusiasm and pride. The use of a strong red color and other visual elements depicts passion and courage, while the national monument symbol depicts a pride that carries regional identity.*

**Keywords:** *visual elements, logo, Persija Jakarta, semiotics*

## PENDAHULUAN

Di dunia ada salah satu cabang olahraga yang sangat populer yang dimainkan hampir di seluruh penjuru dunia. Olahraga ini adalah sepakbola. Permainan sepakbola pun juga sangat digemari oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia. Dilansir dari website (DataIndonesia.id, 2022) sebanyak 21% dari total 1220 responden menyukai olahraga sepakbola. Definisi sepakbola menurut KBBI ialah sebuah permainan berkelompok menggunakan bola besar berupa bola sepak yang terdiri dari dua tim kesebelasan yang saling berlawanan untuk memasukkan bola pada gawang lawan. Sedangkan menurut ahli (Muhajir, 2007) "sepakbola merupakan sebuah permainan yang memperebutkan bola dengan cara lari menyepak dengan tujuan membuat gol ke dalam gawang lawan dan mempertahankan gawang tim". Olahraga ini berlangsung selama 2 babak, masing masing babaknya menghabiskan waktu 45 menit. Hasil kemenangannya ditentukan oleh banyaknya selisih gol yang tercipta selama 2 kali 45 menit. Atau apabila hasil kedudukan seri, akan diadakan tendangan penalti atau tambahan waktu bermain.

Penggunaan logo pun juga diterapkan pada cabang olahraga sepakbola hampir di seluruh dunia. Contoh dari penggunaan logo pada cabang olahraga sepakbola yang ada di Indonesia yakni digunakan logo pada identitas lembaga penanggungjawab, misalnya PT Liga Indonesia Baru atau LIB dan Persatuan Sepakbola Seluruh

Indonesia atau PSSI. Selain itu logo juga digunakan pada identitas klub, misalnya Persatuan Sepakbola Surabaya (Persebaya) dan Persatuan Sepakbola Indonesia Jakarta (Persija). Penggunaan Logo juga digunakan pada dan identitas penyelenggaraan acaranya, misalnya Piala Dunia dan BRI Liga 1.

Sepakbola dimasa sekarang bukan hanya berbicara tentang olahraga dan hiburan, melainkan juga sebagai sebuah semangat dan kebanggaan. Banyak tim sepakbola yang lahir dengan membawa identitas daerahnya salah satunya adalah Persija Jakarta. Identitas daerah yang dibawa oleh klub tersebut yang kemudian digunakan sebagai kebanggaan bagi pada pendukungnya. Menurut ahli Bernama (Pryce, 2011) "*pride is a psychological feeling and an excessively high opinion employees having about their job and organization*". Hal ini adalah hasil kolaborasi antara rasa senang, perasaan bahagia, kehangatan positif, harga diri dan energi positif yang ada pada sebuah organisasi.



**Gambar 1.1 Pawai Juara Persija Jakarta**

Sebagai salah satu tim sepakbola yang membawa identitas daerah pada logonya, Persija Jakarta

adalah sebuah tim sepakbola yang sangat besar lantaran memiliki jumlah suporter yang sangat banyak yakni  $\pm$  80.000 anggota yang memiliki Kartu Tanda Anggota (KTA) aktif yang tersebar tidak hanya di area Jakarta melainkan juga beberapa kota di Indonesia. Logo Persija Jakarta ini selalu mengiringi langkah perjuangan tim berjudukan Macan Kemayoran dimanapun itu, dan tersebar pada beberapa media. Misalnya kaos jersey, papan pertandingan, giant flag, bus Persija, slayer, banner, dan lain sebagainya.



Gambar 1.2 Logo Persija Jakarta

Sebuah visual logo dapat memberikan sebuah persepsi, misalnya pada studi kasus logo PON XX Papua yang merepresentasikan pesan perdamaian (Witarti & Reza, 2023). Dari penjelasan latar belakang yang sudah penulis uraikan tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana peran penggunaan elemen pada logo Persija Jakarta dan penulis tertarik untuk mengulas lebih dalam lagi mengenai representasi semangat dan kebanggaan yang akan diperlihatkan pada logo Persija Jakarta sesuai dengan teori semiotika.

## KAJIAN TEORI

### Tinjauan Pustaka

Pada sebuah penelitian yang berjudul ( Analisis Poster Video Klip Lathi : Kajian Semiotika Ferdinand De Saussure) karya (Sitompul & Dkk,


2021), Para peneliti menggunakan pendekatan semiotika teori Saussurean untuk mencari tahu makna dibalik sebuah tanda yang ada pada poster video klip Lathi. Hasil dari penelitian poster ini memperlihatkan bagaimana hubungan “*toxic relationship*” yang ada pada sebuah hubungan percintaan. Hal hal tersebut ditunjukkan pada poster melalui pemilihan kata, elemen ilustrasi, dan warna. Pada penelitian ini bab yang digunakan oleh sebagai media referensi oleh penulis adalah bab pembahasan, yakni mengenai bagaimana cara peneliti mengupas tanda yang ada pada poster video klip Lathi dengan paradigma semiotika Saussurean.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ratno Suprpto (Suprpto, 2018) yang berjudul (*Logo and Visual Identity Analysis of Professional Football Clubs in* ) yang membahas analisis visual logo mengenai klub sepakbola Persija Jakarta, PSM Makassar, Sriwijaya FC, Persib Bandung. Penelitian ini mengupas elemen visual pada logo yang kemudian dibandingkan dengan logo daerah pada masing masing klub sepakbola apakah memiliki persamaan atau perbedaan. Hasil dari penelitian ini adalah pada logo Persib Bandung dan Persija Jakarta memiliki kemiripan dengan logo kota asalnya sedangkan pada logo Sriwijaya FC dan PSM Makassar tidak memiliki kemiripan dengan logo kota asalnya. Pada penelitian ini bab yang digunakan oleh sebagai media referensi oleh penulis adalah bab pembahasan mengenai logo Persija Jakarta dan logo DKI Jakarta, yakni kedua logo tersebut secara elemen visual dinilai sangat mirip. Hanya terdapat perbedaan pada penggunaan bentuk dasar lingkaran, penggunaan warna latar belakang, dan pemilihan bentuk huruf.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Jayanegara, 2017) yang berjudul (*Semiotika Visual Logo RSU Surya Husadha Denpasar*) membahas logo dari RSU Surya Husadha dengan

pendekatan ahli teori semiotika Ferdinand De Saussure. Penelitian ini lebih berfokus pada elemen visual logo ini diambil dari bentuk air dan benih sperma. Hasil dari penelitian ini adalah pada logo RSUD Surya Persadha memiliki filosofi sebuah kehidupan yang digambarkan pada tetesan air dan benih sperma. Pada penelitian ini bab yang digunakan oleh sebagai media referensi oleh penulis adalah bab pembahasan mengenai perbedaan petanda dan penanda. Misalnya pada logotype Surya Husadha adalah sebuah penanda dan sebagai petanda diartikan sumber pengobatan yang memberikan kehidupan bagi seseorang.

Pada jurnal penelitian yang dilakukan oleh (Witarti & Reza, 2023) yang berjudul (Pesan Perdamaian Pekan Olahraga Nasional (PON) XX Papua) membahas mengenai pada logo PON XX Papua sebagai representasi pesan perdamaian yang dikupas menggunakan ahli teori semiotika Charles Sanders Pierce yang dijelaskan sebagai berikut :

SIGN	OBJECT	INTERPRETAN
 <p>Gambar 2.1 Logo PON XX Papua 2020</p>	<p>Logo PON XX Papua terdiri atas dua garis primer, yakni berbentuk horizontal dan vertikal. Kedua garis tersebut memiliki warna dominan berupa kuning keemasan. Logo berupa stadion sebagai representasi kemegahan rakyat Papua pada bidang olahraga. Pada bentuk geometri segitiga diibaratkan sebagai kontur geografi Papua yang terdapat beberapa pegunungan yang juga terdapat banyak sumber daya alam. Untuk bentuk lingkaran berbeda warna artikan sebagai bentuk prestasi, sportivitas dan solidaritas dalam olahraga.</p>	<p>PON XX diharapkan menjadi jembatan persatuan rakyat dalam bidang olahraga yang akan tetap berdiri kokoh abadi apabila dilandasi prinsip kebangsaan satu tanah air Indonesia.</p>

Tabel 2.1 Semiotika Pierce Pada Logo PON XX Papua

## LANDASAN TEORI

### Teori Unsur Visual Desain

Garis : Definisi garis menurut buku Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi yang ditulis oleh (Supriyono, 2010) adalah “sebuah jejak dari suatu benda ketika digoreskan yang tidak memiliki kedalaman, hanya memiliki

ketebalan dan panjang sebagai elemen satu dimensional”. Garis memiliki beberapa jenis bentuk misalnya, lurus, zig zag, dan melengkung. Selain itu, garis juga bisa menunjukkan sebuah kesan dan arah sesuai dengan citra atau mood. Pada garis lurus mempunyai kesan kaku dan formal. Pada garis zig zag mempunyai kesan keras dan dinamis, pada garis lengkung memiliki kesan fleksibel dan tidak formal.

Bidang : Menurut (Supriyono, 2010) bidang adalah “segala bentuk apapun yang memiliki dimensi tinggi dan lebar”. Bidang dapat berupa bentuk geometris ataupun plastis. Pada bidang juga menciptakan sebuah kesan yakni pada bidang geometris memiliki kesan kaku, tegas dan formal sedangkan bidang plastis memiliki kesan santai, tidak formal dan dinamis”.

Warna : Definisi warna menurut buku Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi yang ditulis oleh (Supriyono, 2010) adalah “elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian pembaca”. Menggunakan warna dapat menciptakan sebuah mood, tetapi apabila salah digunakan akan menghilangkan gairah membaca. Warna dapat menyampaikan kesan yang cukup jelas. Pada warna warna soft memiliki kesan lembut, tenang dan romantic.. Sedangkan warna kuat memiliki kesan kontras, dinamis dan berani. Warna memiliki tiga dimensi yakni hue, value dan intensity.

Value : Menurut (Supriyono, 2010) value adalah "perbedaan nilai gelap terang di dalam desain grafis". Value berhubungan dengan warna background dan elemen-elemen di sekitarnya. Hampir sama seperti warna, value terbagi menjadi dua yakni low kontras value dan high kontras value. High kontras value memiliki kesan dinamis, energik, dramatis dan

bergairah. Sedangkan low contrast value memiliki kesan kalem, tenang, damai, dan statis.

**Tekstur :** Tekstur menurut buku Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi adalah "nilai raba atau halus kasarnya suatu permukaan benda". Di dalam desain grafis, tekstur terbagi menjadi dua yakni tekstur nyata dan tekstur tidak nyata (semu).

**Format :** Format adalah artian (Supriyono, 2010) adalah "besar kecilnya elemen visual yang perlu diperhitungkan agar memiliki nilai keterbacaan yang tinggi".

### Teori Logo

Logo adalah sebuah kata berasal dari bahasa Yunani yakni "logos" yang memiliki arti akal, pikiran, atau kata. Menurut David E Carter "Logo adalah identitas perusahaan dalam bentuk visual yang kemudian diaplikasikan dalam berbagai bentuk sarana fasilitas dan kegiatan sebagai bentuk komunikais visual yang juga sebagai trademark identitas suatu badan usaha atau komunitas dan merupakan ciri khas perusahaan atau jasa" (Carter, LOGO International 2, 1986). Pada dasarnya visual logo adalah wajah dari sebuah merek (*brand*) yang akan seseorang ingat mengenai merek *brand* tersebut.

Logo biasanya berbentuk tanda atau simbol yang di dalamnya terkandung filosofi yang terkonsep. Filosofi pada logo inilah yang akan menciptakan ciri khas dan juga akan membedakan antara logo satu dengan logo lainnya. Filosofi ini tergambar pada elemen desain yang terbentuk yakni dari segi tampilan, *font*, ilustrasi, warna dan bentuk. Logo disebut sebagai wajah dari sebuah merek (*brand*) karena mempengaruhi bagaimana seseorang dalam melihat sebuah merek (*brand*) tersebut.

Logo terdiri dari beberapa jenis yang dijelaskan oleh (Carter, 2008) yaitu:

- 1) Wordmarks adalah logo yang diambil nama dari brand atau perusahaan terkait berupa font yang dirancang unik yang sehingga hanya fokus pada nama perusahaan atau brand.
- 2) Lettermarks adalah logo yang hanya diambil dari nama inisial perusahaan atau brand terkait. Jenis logo ini berfokus pada keterbacaan sehingga pertimbangan pemilihan jenis font agar terbaca sangatlah penting. Jenis ini juga biasa disebut dengan jenis monogram.
- 3) Pictorial marks adalah logo yang bentuknya berupa simbol grafis yang biasanya didalamnya mengandung makna filosofis terkait dengan logo yang akan terus melekat pada perusahaan atau brand.
- 4) Maskot adalah logo yang berbentuk karakter yang menggambarkan perusahaan atau brand.
- 5) Emblem adalah sebuah logo yang terdiri dari huruf yang berada di dalam simbol atau ikon, lencana, segel dan inti dari lambang tersebut. Logo ini cenderung memiliki tampilan tradisional yang dapat membuat dampak mencolok dan ramai.

### Teori Semiotika

Semiotika adalah salah satu cabang ilmu yang mempelajari tentang tanda (sign). Menurut bahasa, semiotika diambil dari Bahasa Yunani (semeion) yang berarti tanda atau lambang. Semiotika sendiri merupakan teori untuk mengkaji tanda atau lambang yang ada pada sebuah karya desain untuk mengetahui ide, perasaan, makna, atau nilai dibalik suatu karya desain. Menurut (Littlejohn, 2009) Semiotik memiliki

tujuan untuk mengetahui makna-makna dan nilai yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna tersebut sehingga diketahui bagaimana sang komunikator mengkonstruksi pesan.

Secara garis besar, Semiotika terbagi tanda menjadi ikon, simbol dan indeks. Ikon adalah tanda yang memiliki unsur kesamaan antara objek sebenarnya dengan tanda yang dibuat. Contohnya adalah emoji yang ada pada keyboard handphone. Simbol adalah sebuah tanda yang memiliki makna atau arti berdasarkan pada hasil kesepakatan tertentu, bisa terjadi karena adanya persamaan budaya, daerah atau lain sebagainya. Contohnya adalah warna merah pada kebudayaan tionghoa memiliki makna keberuntungan, keberkahan dan kebahagiaan. Indeks adalah tanda yang memiliki hubungan keterkaitan antara objek yang dibuat dengan hubungan sebab akibat langsung. Contohnya panduan cara memasak nasi di rice cooker.

Diambil dari buku (Piliang, 2003), fenomena dari sosial budaya seperti misalnya fashion, makanan, desain arsitektur, furniture, seni, iklan pariwisata, mobil dan barang konsumen lainnya dapat dipahami berdasarkan model bahasa. Menurut pandangan dari semiotika, apabila seluruh praktik sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa maka semuanya juga dapat dianggap sebagai tanda-tanda (sign). Tanda menurut linguistik Ferdinand Saussure merupakan kesatuan dari dua bidang yang tak dapat dipisahkan seperti halnya selembar kertas yaitu bidang penanda signifier atau bentuk dan bidang pertanda signified atau makna.

Konsep pemikiran oleh Ferdinand De Saussure juga diungkap oleh (Piliang, 2003) dalam bukunya

mengungkapkan konsep utama teori semiotika Saussure yakni petanda (signified) yang merujuk pada makna atau konsep dan penanda (signifier) yang merujuk pada bentuk atau fisik. Saussure menekankan bahwa sebuah tanda akan memiliki makna tertentu sesuai dengan pengaruh peran bahasa di kehidupan manusia. Signified atau petanda terletak pada tingkatan isi gagasan (level of content) dari apa yang diungkapkan melalui tingkatan ungkapan. Hubungan antara kedua unsur melahirkan makna. Signifier atau penanda terletak pada tingkatan ungkapan (level of expression), dan mempunyai wujud atau merupakan bagian fisik seperti: bunyi, huruf kata, gambar, warna, obyek, dsb.

## METODE

Penelitian kali ini merupakan penelitian kualitatif yakni penelitian yang kemudian akan menghasilkan data berupa data interpretatif melalui gambar, ucapan atau bahkan tulisan yang dapat diamati subjek itu sendiri. Menurut ahli (Moleong). Metode kualitatif ini merupakan metode yang dimaksudkan memahami sebuah fenomena atau kejadian yang dialami langsung oleh subjek seperti perilaku, makna, nilai, motivasi, Tindakan, persepsi dan lainnya secara keseluruhan dengan memanfaatkan pendekatan teori tertentu (2017 : 6) Tujuan dari digunakannya pendekatan kualitatif untuk penelitian ini adalah agar peneliti dapat menggali makna dari logo Persija Jakarta secara menyeluruh dengan teori semiotika Saussure yang kemudian dikaitkan dengan semangat dan kebanggaan.

Data dari penelitian ini akan menggunakan sumber dari data internal yakni data yang berada di dalam obyek yang akan diamati atau data yang terkait langsung dengan obyek pengamatan

dalam penelitian. Dalam hal ini data yang digunakan adalah logo Persija Jakarta itu sendiri.

Sumber data dari penelitian ini akan menggunakan beberapa bentuk sumber data. Pertama, mengumpulkan data berupa tulisan dari beragam sumber yakni makalah ilmiah, jurnal, buku, dan artikel. Kedua, mengumpulkan data berupa gambar yang berupa foto, video, ilustrasi, gambar, tabel, grafik dan sejenisnya.

Strategi pengumpulan datanya menggunakan teknik pengumpulan data yang akan yakni wawancara, dokumentasi dan observasi. Wawancara merupakan sesi tanya jawab antara 2 orang atau lebih secara langsung secara terarah. Observasi yang digunakan dalam penelitian ini observasi tidak langsung. Observasi tidak langsung digunakan untuk mengamati aktivitas yang dilakukan oleh supporter dan klub sepak bola Persija Jakarta. Sedangkan dokumentasi diambil dari foto atau video yang berhubungan langsung dengan data primer (logo).

Menurut Moleong, Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan yang kemudian ditambahkan dokumen dan lain-lain (2009:157). Sumber data penelitian ini ada dua, yakni sebagai berikut. Pertama, data primer yakni berasal dari elemen logo itu sendiri. Kedua, data sekunder yakni data yang diperoleh dari studi penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya berupa arsip dokumen sebagai data pendukung data primer dan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui hasil wawancara dengan beberapa informan dengan pendekatan *purposive sampling*, antaranya : Designer Logo ; Ketua Jakmania Semarang ; Perwakilan Supporter Jakmania.

Data data yang sudah didapatkan nantinya akan dianalisa menggunakan teknik analisa kualitatif interpretatif, lebih

tepatnya analisa naratif. Metode ini bertujuan untuk menyampaikan data dengan narasi atau cerita berbentuk paragraf disertai dengan tabel. Tentunya metode naratif ini akan memuat seluruh bagian penelitian terutama data data yang terkait. Metode ini banyak digunakan dalam penelitian tentang persepsi, penilaian dan emosi sehingga dirasa cocok untuk bidang semiotika.

## ANALISA LOGO

Sebagai manusia, kita diciptakan agar selalu hidup berdampingan dengan makna. Baik dari gerakan tubuh (*body language*), verbal ataupun visual. Tapi terkadang, kita tidak menyadari akan makna makna itu. Begitu pula dengan sebuah logo sebuah perusahaan atau instansi. Sehingga penelitian ini akan menjabarkan teori semiotika Ferdinand De Saussure yang ada pada logo klub sepakbola Persija Jakarta.

Dari teori yang sudah dijabarkan, logo Persija Jakarta ini termasuk kedalam jenis logo Pictorial marks adalah logo yang bentuknya berupa simbol grafis yang biasanya didalamnya mengandung makna filosofis terkait dengan logo yang akan terus melekat pada perusahaan. Pada logo Persija Jakarta terbentuk dari beberapa unsur elemen seperti ilustrasi, warna, dan tipografi. Yang kemudian dikombinasikan karena saling mendukung satu sama lainnya menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan.

Menurut (Supriyono, 2010) garis merupakan “sebuah jejak dari sebuah benda ketika digoreskan yang sama sekali tidak memiliki kedalaman, dan hanya memiliki ketebalan panjang sebagai elemen desain satu dimensional”. Pada logo Persija, penggunaan garis terdapat pada tepi




lingkaran, garis pattern horizontal sebagai background, garis tepi pada perisai, dan gelombang.

Bentuk adalah elemen dasar yang dapat membentuk sebuah logo. Pada logo Persija Jakarta didominasi oleh bentuk lingkaran dengan perisai. Kemudian terdapat juga bintang, tali, pintu gerbang monas, padi dan kapas, perisai segi lima. Perisai ini merupakan bentuk dari logo provinsi DKI Jakarta yang sudah melewati fase modifikasi. Pada logo Persija Jakarta, terdapat juga tipografi dengan menggunakan kata PERSIJA dan JAYA RAYA yang menggunakan huruf *uppercase*.





Penggunaan warna merupakan peranan yang sangat penting pada sebuah logo karena dapat meningkatkan kesan pada audiens. Pada logo Persija Jakarta, penggunaan warnanya cukup beragam yakni warna merah, kuning, biru, hijau, putih dan emas. Namun warna yang paling dominan diduduki oleh warna merah. Yang menurut teori, warna merah diartikan positif sebagai gairah, kesenangan, kekuatan, dan cinta. Sedangkan dalam konteks negative, diartikan sebagai bahaya dan intimidasi.

Berikut ini merupakan tabel penjabaran dari logo Persija Jakarta dalam semiotika tanda dan penanda itu melalui karya logo Persija Jakarta.

Tabel 4.1 Analisis Semiotika Saussure

Penanda (Signifier)	Petanda (Signified)
<p>Bintang Emas</p>  <p>Gambar 4.1</p>	<p>Pada jurnal yang dibuat oleh (Anwar, 2018) bentuk bintang pada logo perpusnas melambangkan ketinggian dan kemuliaan. Bentuk bintang emas, merupakan representasi dari rasa bangga atas gelar juara yang sudah di torehkan oleh Persija Jakarta. Hal ini diadaptasi dari sistem seri italia dimana satu bintang mewakili sepuluh gelar juara (Ligalaga, 2021).</p>
<p>Lingkaran Emas</p>  <p>Gambar 4.2</p>	<p>Pada jurnal (Pratiwi, Putri, &amp; Sugandi, 2015) lingkaran memiliki arti keabadian yang utuh, saling melindungi. Pada logo Persija, bentuk lingkaran berwarna emas memiliki makna stabil dan fokus dalam meraih visi misi Persija Jakarta.</p>
<p>Patern Merah Putih</p>  <p>Gambar 4.3</p>	<p>Pada jurnal (Anugrah, 2011) warna merah putih menunjukkan wacana nasionalisme dan patriotisme. Bentuk pattern berwarna merah putih pada logo Persija ini ini mewakili Negara Kesatuan Republik Indonesia. Hal tersebut selaras dengan seluruh elemen Persija Jakarta (Pemain, Supporter, Managemen) bukan hanya dari Kota Jakarta saja tetapi Indonesia.</p>



<p>Persija</p>  <p>Gambar 4.4</p>	<p>Pada jurnal karya (Setyanto &amp; Adiwibawa, 2018) warna merah memiliki arti agresif, berani, kesuksesan, kebahagiaan, gairah dan hasrat. Kata Persija adalah sebuah singkatan yang diambil dari kalimat Persatuan Sepakbola Indonesia Jakarta. Kata ini menggunakan warna merah yang diartikan sebagai energi kuat, kekuatan, kegembiraan, semangat yang membara.</p>
<p>Jaya Raya</p>  <p>Gambar 4.5</p>	<p>Pada jurnal karya (Setyanto &amp; Adiwibawa, 2018) warna merah memiliki arti agresif, berani, kesuksesan, kebahagiaan, gairah dan hasrat. Kata Jaya Raya yang berwarna merah diambil dari slogan perjuangan sebagai semangat Jakarta agar tetap selalu berjaya dan megah.</p>
<p>Gerbang Monas</p>  <p>Gambar 4.6</p>	<p>Pada jurnal karya (Susilo &amp; Suryaningsih, 2015) monumen nasional atau monas mengalami pergeseran makna yang awalnya sebagai simbol nasional kini menjadi simbol kota Jakarta. 16 Gambar 4.6 Pada logo Persija, monas diartikan sebagai simbol keagungan dan kemegahan akan daya cipta dan juang yang tinggi. Sedangkan warna putih pada pintu gerbang adalah bentuk lambang dari kesucian, kemegahan dan juga kreasi mulia. Bentuk pintu gerbang dilambangkan sebagai kota kekhususan Jakarta sebagai tempat Persija Jakarta berkandang.</p>
<p>Padi Kapas</p>  <p>Gambar 4.7</p>	<p>Pada jurnal karya (Udilawaty &amp; Hasan, 2022) padi dan kapas dimaknai sebagai simbol kemakmuran kesejahteraan. Warna kuning, hijau dan putih sendiri juga dimaknai sebagai bentuk simbol keadilan dan kemakmuran. Membentuk sebuah tali yang diartikan sebagai keterkaitan satu sama lain antara kemakmuran dan keadilan yang terjalin.</p>
<p>Perisai Segi Lima</p>  <p>Gambar 4.8</p>	<p>Pada jurnal karya (Udilawaty &amp; Hasan, 2022) bentuk perisai diartikan sebagai bentuk jantung yang menggambarkan kesetiaan dan perlindungan. Pada logo Persija, perisai berbentuk diartikan sebagai dasar negara Indonesia yakni Pancasila. Dengan warna emas di pinggirnya adalah lambang dari kemuliaan.</p>
<p>Gelombang Air Emas</p>	<p>Pada website (Adytya, 2022) garis berombak sering kali menggambarkan irama dan pergerakan. Dan pada jurnal karya (Susanto, 2019) memiliki arti halus, lunak, berirama. Pada logo Persija, bentuk garis gelombang merepresentasikan lokasi Jakarta</p>

 <p>Gambar 4.9</p>	<p>berada di pesisir. Garis bergelombang ini berwarna emas adalah lambang dari alam laut yang kaya akan sumber daya alam.</p>
<p>Latar Biru</p>  <p>Gambar 4.10</p>	<p>Pada jurnal karya (Thejahanjay &amp; Yulianto, 2022) warna biru diartikan sebagai rasa profesionalisme, kekuatan dan dipercaya untuk dapat memberikan pesan komunikasi ekspresi yang artistik. Pada logo Persija, latar berwarna biru adalah lambang dari angkasa bebas dan luas.</p>

## PEMBAHASAN DENGAN SEMANGAT DAN KEBANGGAAN

Rasa semangat didefinisikan dari perasaan juga gairah yang teramat kuat yang dialami oleh setiap insan manusia. Rasa semangat ini dapat terlihat sebagai bentuk sebagian dari fundamental dari kegiatan sehingga dapat ditunjukkan kepada pengarah potensi atau minat yang menghidupkan tingkat rasa ingin yang sangat tinggi. Sedangkan arti dari kebanggaan menurut ahli (Pryce, 2011) *“Pride is a psychological feeling and an excessively high opinion employees having about their job and organization”*. Hal ini adalah hasil kolaborasi antara rasa senang, perasaan bahagia, kehangatan positif, harga diri dan energi positif yang ada pada sebuah organisasi.

Lalu mengapa simbol simbol tersebut erat kaitannya dengan representasi rasa semangat dan kebanggaan? Setelah melakukan analisis data menggunakan teori semiotika, ditemukan beberapa unsur elemen yang ada pada logo yang secara langsung berkaitan dengan semangat dan kebanggaan. Hal tersebut dibuktikan dengan teori yang ada dan didukung oleh statement dari perwakilan Jakmania yang berdominisili di Semarang.



Gambar 4.12 Logo Provinsi DKI Jakarta

Pada logo persija, elemen didalam bentuk perisai segi lima ini merupakan bentuk dari logo Provinsi DKI Jakarta yang sudah melawati fase modifikasi. Dari hal tersebut, sedari awal Persija memang membawa identitas kedaerahannya yakni Provinsi DKI Jakarta yang pada jakmania dihayati sebagai suatu kebanggaan yang akan selalu di bawa ketika bertanding melawan musuh dilapangan hijau. Maka dari itu, *logo Persija Jakarta ini selalu mengiringi langkah perjuangan tim berjulukan macan kemayoran dimana pun itu, dan tersebar pada beberapa media yakni pada kaos jersey, papan pertandingan, giant flag, bus Persija, slayer, banner, dan lain sebagainya.*

## PENUTUP

### Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian berjudul Analisis Peran Penggunaan Elemen Visual Pada Logo Persija Jakarta Untuk Merepresentasikan Semangat Dan Kebanggaan, maka bisa ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut.

Pada logo Persija Jakarta merepresentasikan rasa semangat dan kebanggaan yang secara langsung juga, pada logo Persija terdapat identitas kedaerahan yakni Provinsi DKI

Jakarta. Detail dari representasi semangat dan kebanggaan ini diletakan pada detail elemen yakni bentuk bintang emas, merupakan representasi dari gelar juara yang sudah di torehkan oleh Persija Jakarta. Diadaptasi dari sistem seri italia dimana satu bintang mewakili sepuluh gelar juara. Bentuk pattern berwarna merah putih ini mewakili Negara Kesatuan Republik Indonesia. Kata Persija adalah sebuah singkatan yang diambil dari kalimat Persatuan Sepakbola Indonesia Jakarta. Kata ini menggunakan warna merah yang diartikan sebagai energi kuat, kekuatan, kegembiraan, semangat yang membara. Kata Jaya Raya berwarna merah diambil untuk slogan dari perjuangan yang diartikan sebagai semangat daerah Jakarta agar tetap terus Berjaya dan megah. Adanya bentuk monumen nasional sebagai bentuk lambang dari kemegahan dan keagungan. Warna putih pada pintu gerbang merupakan simbol dari kesucian juga kemegahan kreasi mulia. Sedangkan pintu gerbang diartikan sebagai gerbang kota Jakarta yakni tempat klub Persija Jakarta berkandang.

Pada jurnal penelitian yang dilakukan oleh (Witarti & Reza, 2023) yang berjudul (Pesan Perdamaian Pekan Olahraga Nasional (PON) XX Papua) membahas mengenai pada logo PON XX Papua sebagai representasi pesan perdamaian yang dikupas menggunakan ahli teori semiotika Charles Sanders Peirce yang dijelaskan sebagai berikut :

### Saran

Penelitian ini belum dapat dikatakan sempurna karena narasumber hanya berupa *purposive sampling*, dimana hanya 2 orang narasumber yang mewakili sudut pandang komunitas The Jakmania diseluruh Indonesia. Maka dari itulah, untuk para peneliti di masa depan yang ingin mengembangkan topik ini agar memperbaiki data agar penelitian yang

sudah dilakukan ini dapat menjadi lebih baik dan menginspirasi peneliti lainnya.

## DAFTAR PUSAKA

- Adytya, B. (2022, Agustus 1). *Mengenal Macam-Macam Garis dalam Seni Rupa*. Diambil kembali dari Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/trending/mengenal-macam-macam-garis-dalam-seni-rupa-pahami-teknik-menggambarnya.html>
- Anugrah, W. (2011). KONSTRUKSI WACANA NASIONALISME DAN PATRIOTISME PADA FILM MERAH PUTIH. *UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA*.
- Anwar, R. K. (2018). Analisis semiotik Charles Sanders Pierce mengenai logo baru Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan Vol. 6, No. 2*, 125.
- Carter, D. E. (1986). *LOGO International 2*. Art Direction Book Company.
- Carter, D. E. (2008). *The New Big Book Of*. New York: HBI.
- DataIndonesia.id. (2022, November 14). *Survei: Sepak Bola Jadi Olahraga yang Paling Disukai Warga RI*. Diambil kembali dari DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/ragam/detail/survei-sepak-bola-jadi-olahraga-yang-paling-disukai-warga-ri>
- Ismail, R. F. (2018). REPRESENTASI FANATISME SUPORTER SEPAKBOLA THE JAKMANIA DALAM FILM DOKUMENTER "THE JAK". *Jurnal Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*.
- Ligalaga, R. (2021, Maret 7). *Tentang Bintang Di Atas Logo Klub*. Diambil kembali dari Ligalaga.id: <https://ligalaga.id/football-culture/tentang-bintang-di-atas-logo-klub/>
- Littlejohn, S. W. (2009). *Teori Komunikasi Theories of Human Communication Edisi 9*. Jakarta : Salemba Humani.
- Muhajir. (2007). *Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan*. Bogor: Yudhistira.
- Piliang, Y. A. (2003). *HIPERSEMIOTIKA : Tarsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Bandung: Jalasutra.
- Portal Resmi Provinsi DKI Jakarta. (2023, Maret 31). *Lambang Daerah Jakarta*. Diambil kembali dari Jakarta : Portal Resmi Provinsi DKI Jakarta: <https://www.jakarta.go.id/lambang-daerah>
- Pratiwi, T. S., Putri, Y. R., & Sugandi, M. S. (2015). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES TERHADAP LOGO CALAIS TEA. *e-Proceeding of Management : Vol.2*, 4332.
- Pryce, J. (2011). *Happiness at Work : Maximizing Your Psychological Capital for Success*. Inggris: Wiley.
- Rizaty, M. A. (2022, November 14). *Survei: Sepak Bola Jadi Olahraga yang Paling Disukai Warga RI*. Diambil kembali dari DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/ragam/detail/survei-sepak-bola-jadi->

- olahraga-yang-paling-disukai-warga-ri
- Setyanto, D. W., & Adiwibawa, B. A. (2018). Perancangan Fotografi Karakter Heroine Dalam Balutan Warna Merah . 80.
- Sitompul, A. L. (2021). ANALISIS POSTER VIDEO KLIP LATHI : KAJIAN SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE. *JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA VOLUME 6*, 24 - 28.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Sleman: Kanisius.
- Suprpto, R. (2018). Logo and Visual Identity Analysis of Professional Football Clubs in . *Asian International Conference Of Art & Design*, 122 - 128.
- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Susanto, I. (2019). MAKNA DESAIN PADA KAOS DISTRO BLOODS SEMARANG. *Repository USM*, 25.
- Susilo, & Suryaningsih, A. R. (2015). MONAS SEBAGAI SIMBOL PERJUANGAN BANGSA INDONESIA. *Jurnal Kepariwisata Volume 9 Nomor 3*, 61.
- Syaptia, A. (2019). Pembentukan City Branding Melalui Identitas Klub Lokal PSIS SEMARANG. *Lektur Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Thejahanjay, D., & Yulianto, Y. H. (2022). PENERAPAN PSIKOLOGI WARNA DALAM COLOR GRADING UNTUK MENYAMPAIKAN TUJUAN DIBALIK FOTO. *Jurnal DKV Adiwarna*.
- Udilawaty, S., & Hasan, A. D. (2022). ANALISIS SEMIOTIK CHARLES SANDERS PEIRCE TERHADAP LOGO PROVINSI GORONTALO. *JURNAL ILMIAH KOMPUTER GRAFIS, Vol.15, No.2*, 415.
- Witarti, D. I., & Reza, Y. C. (2023). Pesan Perdanaian Pekan Olahraga Nasional (PON) XX Papua. *Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 21 Nomor 1*, 118 - 126.