

**PERANCANGAN LOGO RIGAFARA FUTSAL *CENTRE*  
DI JALAN BY PASS KOTA PADANG**

**JURNAL**



**ROBBIYAURI FAREN**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JURUSAN SENI RUPA**

**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**Wisuda Periode Maret 2015**

**PERSETUJUAN JURNAL**  
**PERANCANGAN LOGO RIGAFARA FUTSAL CENTRE**  
**DI JALAN BY PASS KOTA PADANG**

Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir “*Perancangan Logo Rigafara Futsal Centre Di Jalan By Pass Kota Padang*” untuk persyaratan wisuda periode Maret 2015 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua dosen pembimbing.

**ROBBIYAURI FAREN**

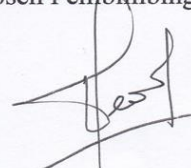
Padang, 7 Februari 2015

Dosen Pembimbing I



Drs. Syafwan A. M.Si.  
NIP.19570101.198103.1.010

Dosen Pembimbing II



Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn.  
NIP.19830201.200912.2.00

**PERANCANGAN LOGO RIGAFARA FUTSAL CENTRE  
DI JALAN BY PASS KOTA PADANG**

Robbiyauri Faren<sup>1</sup>, Drs. Syafwan A, M.Si.<sup>2</sup>, Eliya Pebriyeni S.Pd., M.Sn.<sup>3</sup>  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
FBS Universitas Negeri Padang  
Email : Robbiyaurifaren8@gmail.com

**Abstrak**

Rigafara Futsal *Centre* merupakan salah satu nama lapangan futsal yang ada di kota Padang. Lokasi Rigafara Futsal *Centre* berada di Jalan By Pass/Kapuk, tepatnya di depan Simpang perumahan Taruko 1 Kota Padang. Diresmikan pada tanggal 5 April 2010 oleh Bapak Syafrial. Belum adanya logo yang dapat mewakili sepenuhnya visi dan misi untuk membentuk *image/citra* terhadap keberadaan Rigafara Futsal *Centre* sangat berpengaruh dalam persaingan, oleh karena itu pemilik ingin membuat logo yang menarik dan dapat mewakili sepenuhnya visi dan misi untuk membentuk *image/citra* terhadap keberadaan Rigafara Futsal *Centre*, selain itu logo Rigafara Futsal *Centre* akan dibuat dengan memiliki dan bermuatan makna yang mewakili unsur-unsur yang mewakili Rigafara Futsal *Centre*. agar dapat menarik pemain futsal lebih banyak lagi untuk bermain di Rigafara Futsal *Centre*, sekaligus dapat membedakan lapangan futsal Rigafara Futsal *Centre* dengan penyewaan lapangan futsal lainnya.

Perancangan logo sebagai media promosi utama Rigafara Futsal *Centre*, kemudian melalui media pendukung, maka analisis data yang diperlukan melalui 5W+1H. Metode ini diperlukan untuk memperkuat dan menyempurnakan rancangan.

Hasil perancangan ini berupa logo yang diharapkan dapat menjadi suatu media promosi yang mudah diingat oleh pemain futsal, dan dapat menjangkau pelanggan yang lebih banyak serta menjadi tempat pilihan bagi para pengunjung dan pemain futsal yang ada di Kota Padang.

**Kata Kunci : Logo, Permainan, Futsal *Centre*, Rigafara**

---

1 Mahasiswa penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode Maret 2015

2 Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

3 Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

## **Abstract**

Rigafara Futsal Centre is one of the futsal field name in the city of Padang. Rigafara Futsal Centre located at Jalan By Pass / Kapuk, exactly in front of the crossroads of Taruko 1 Padang housing. Inaugurated on April 5, 2010 by Mr. Syafrial. The absence of a logo that can represent fully the vision and mission to form the image / images to the existence of Rigafara Futsal Centre is very influential in the competition, therefore, the owners wanted to create an attractive logo and can fully represent the vision and mission to form the image / images to the presence of Rigafara Futsal Centre, in addition to the logo Rigafara futsal Centre will be created and charged with having a meaning that represent elements that represent Rigafara futsal Centre. In order that can attract more players to play in Rigafara futsal Centre, as well as to differentiate futsal Rigafara futsal Centre with other futsal field rental.

The design of the logo as the main promotional media Rigafara Futsal Centre, then through the media support, the necessary data analysis through 5W + 1H.

This method is needed to strengthen and refine the design. This design results in the form of a logo that is expected to be a media campaign memorable by futsal players, and can capture more customers and become the place for choose for visitors and futsal players in the city of Padang.

**Keywords : Logo, Games, Futsal Centre, Rigafara**

### **A. Pendahuluan**

Semakin tinggi pendidikan seseorang, maka semakin tinggi pula kesadaran akan pentingnya untuk menjaga kesehatan. Banyak hal yang dilakukan oleh individu ataupun masyarakat untuk membangun kesehatan diri. Salah satu upaya yang dianggap mampu menjaga stabilitas kesehatan adalah olahraga. Oleh karena itu olahraga menjadi suatu kegiatan yang sangat mendunia.

Olahraga diyakini menjadi suatu kegiatan yang dianggap bisa menyatukan semua perbedaan. Mulai dari mereka yang tinggal di gedung pencakar langit hingga mereka yang tinggal beratapkan langit, mereka suka melakukan kegiatan olahraga. Bahkan olahraga dianggap sebagai alat yang

bagus dalam mempererat hubungan antar bangsa di seluruh penjuru dunia. Dunia olahraga sangat banyak sekali jenisnya, namun tujuan yang terpenting dalam kegiatan berolahraga adalah dapat menciptakan tubuh yang kuat dan jiwa yang sehat.

Di antara banyaknya olahraga baru, dewasa ini mulai berkembang satu jenis olahraga yang mulai menjadi *trend*, terutama di kalangan anak-anak muda, yang dikenal dengan nama “Futsal”. Futsal berasal dari bahasa Spanyol yaitu *futbol* (sepak bola) dan *sala* (ruangan) yang bila digabung menjadi sepakbola dalam ruangan. Kegemaran dalam olahraga futsal ini, banyak manfaat yang didapat, mulai dari ketangkasan, kecepatan dan juga teknik dalam bermain. Selain itu, futsal juga bisa membangun rasa kekeluargaan antara pemainnya. Alasan yang didapat dari berbagai pihak, karena olahraga futsal merupakan olahraga alternatif bagi kebanyakan warga kota yang sulit mendapatkan lapangan dan waktu untuk bermain sepak bola.

Dalam perkembangannya, olahraga futsal mengalami perkembangan yang sangat pesat, termasuk di wilayah Sumatra Barat. Kuranji sebagai salah satu kecamatan yang berada di Kota Padang, juga ikut terimbas maraknya olahraga futsal. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah lapangan futsal di wilayah ini. Berdasarkan observasi penulis, tercatat lebih dari 10 lapangan futsal, diantaranya Balai Baru Futsal (depan SMA 5), *Green* Futsal (depan SMA PGRI 4 Balai Baru), Yaser Futsal (simpang kampus Unand), 777 Futsal (jalan Tunggang), *X-Tream* Futsal (jalan Tunggang), Udinho Futsal (simpang Anduring), Garuda Futsal (Lubuk Lintah), SKA 27

(simpang kalawi), KM Futsal (pasar Ambacang) dan Rigafara Futsal *Centre* (simpang Taruko By Pass)

Sama halnya dengan wilayah lain, di Kuranji pun usaha futsal merupakan bisnis pilihan yang dianggap punya peluang bagus. Berdasarkan nama-nama lapangan futsal yang telah disebutkan, jarak antara lapangan futsal yang satu dengan lapangan futsal lainnya kurang lebih 500 meter dan satu kilometer paling maksimal. Belum adanya logo yang dapat mewakili sepenuhnya visi dan misi untuk membentuk *image/citra* terhadap keberadaan Rigafara Futsal *Centre* sangat berpengaruh dalam persaingan. Oleh karena itu pengusaha lapangan futsal bersaing dengan berbagai cara, seperti menyediakan lapangan yang dianggap mampu menarik pemain futsal, melengkapi berbagai fasilitas, meningkatkan pelayanan semaksimal mungkin, hingga membuat logo yang unik menjadi pilihan untuk media promosi yang dapat memikat dan menarik pemain futsal, serta dapat membedakan lapangan futsal Rigafara Futsal *Centre* dengan penyewaan lapangan futsal lainnya.

Lapangan Rigafara Futsal *Centre* salah satu lapangan yang berusaha berbenah diri untuk mendapat pelanggan lebih banyak. Salah satu usaha yang dilakukan adalah perancangan logo dan media. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Bapak Syafrial pada tanggal 25 April 2013, pemilik ingin membuat logo yang menarik dan dapat mewakili sepenuhnya visi dan misi untuk membentuk *image/citra* terhadap keberadaan Rigafara Futsal *Centre* agar dapat menarik pemain futsal lebih banyak lagi untuk bermain di Rigafara Futsal *Centre*. Selain itu, logo Rigafara Futsal *Centre* yang akan

dibuat haruslah memiliki atau muatan makna yang mewakili unsur-unsur yang mewakili Rigafara Futsal *Centre*.

Berangkat dari persoalan di atas, dan sesuai dengan permintaan Bapak Syafrial sebagai pemilik Rigafara Futsal *Centre*, penulis bermaksud untuk merancang logo Rigafara Futsal *Centre* agar dapat mewakili identitas perusahaan. Berdasarkan masalah di atas, masalah dapat dikemukakan yaitu bagaimana visualisasi rancangan Logo Rigafara Futsal *Centre*. Adapun tujuan dari merancang logo Rigafara Futsal *Centre* adalah menjadi logo yang mudah dikenal masyarakat/pemain futsal agar dapat menarik pemain futsal lebih banyak lagi untuk bermain di Rigafara Futsal *Centre*, sekaligus dapat membedakan lapangan futsal Rigafara Futsal *Centre* dengan penyewaan lapangan futsal lainnya.

## **B. Logo**

Logo adalah sebuah susunan huruf, gambar atau lambang yang mengandung makna atau pesan yang dapat dimengerti oleh pembaca/*audiens*.

Caniago (2012:15) menjelaskan sebagai berikut :

logo adalah bagian yang sangat penting dari setiap *brand* namun logo juga merupakan bagian yang paling sulit untuk penyelesaiannya. Karena sebuah logo harus sesuai dengan pencitraan sebuah perusahaan dan memberikan kesan menyenangkan serta logo harus mewakili produk atau jasa dan harus bisa mempengaruhi pikiran audiens untuk mengingat dan beralih memakai produk atau jasa yang diwakili logo tersebut.

Menurut Safanayong yang dikutip dari <http://www.Docstoc.com/docs/1317708/> tentang-logo yaitu Logo telah mengalami perkembangan yang

sangat pesat, pada awalnya yang diartikan sebuah kata, kalimat, pemikiran hingga dihubungkan dengan pencitraan atau sebuah symbol. Logo juga dianggap seperti symbol negara, atau tanda lainnya yang secara tidak langsung menjual namun adalah salah satu upaya untuk memperkenalkan atau mempromosikan kepada orang banyak. Logo bertujuan agar pembaca dapat memahami filosofi atau arti dari sebuah produk atau jasa.

### **1. Kriteria Logo yang Baik**

Menurut Rustan (2009:42) kriteria logo yang baik adalah:

- a) Harus unik. Mencerminkan dan mengangkat citra entitasnya sekaligus membedakannya dengan orang lain.
- b) Harus dapat mengakomodasi dinamika yang dialami entitasnya dalam jangka waktu selama mungkin. Artinya logo harus fleksibel sekaligus tahan lama.

Diluar kriteria dasar itu, ada beberapa kriteria umum yang bersifat fisik yang dilihat dari faktor bentuk, warna dan ukuran. Kriteria ini dapat digunakan sebagai acuan dasar, menjadi semacam *check-list* dalam mendesain logo.

Namun kriteria ini tidak bersifat kaku, bahkan tidak tertutup kemungkinan untuk berubah dimasa depan seiring dengan perkembangan kreatifitas dalam dunia desain grafis dan bidang-bidang yang terkait dengannya, seperti teknologi, komunikasi dan lain-lain.

### **2. Ciri-ciri Logo yang Efektif**

Menurut Kusrianto (2009:243) kriteria logo yang baik adalah:



- a) Memiliki sifat unik. Tidak mirip dengan logo lain sehingga orang tidak bingung karena logo mirip desain lain yang sudah ada
- b) Memiliki sifat fungsional sehingga dapat dipasang atau digunakan dalam berbagai keperluan.
- c) Bentuk logo mengikuti kaidah-kaidah dasar desain (misalnya bidang, warna, bentuk, konsistensi, dan kejelasan).
- d) Mampu merepresentasikan suatu perusahaan/lembaga atau suatu produk.

### 3. Bentuk-bentuk Logo

Rustan (2009:12-14) bentuk-bentuk logo terdiri dari:

#### a) *Logogram*

*Logogram* adalah merupakan sebuah simbol tulisan yang mewakili sebuah kata/ makna.

#### b) *Logotype*

*Logotype* merupakan elemen tulisan pada logo. Pertama kali istilah *logotype* muncul pada tahun 1810-1840, dan diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik *lettering*.

### C. Metode Analisis Data

Dari permasalahan yang penulis angkat data-data dari hasil wawancara yang dilakukan langsung dengan manajemen di tempat penyewaan lapangan Rigafara Futsal Centre tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka metode yang dipakai dalam **Perancangan Logo Rigafara Futsal Centre di Jalan By Pass Kota Padang** adalah metode analisis data 5W+1H (*What, Where, When, Who, Why, How*). Yaitu rancangan apa yang dibuat (*What*), kemana ditunjukkan (*Where*), kapan

dapat dilihat (*When*), siapa target *audience* (*Who*), mengapa logo sebagai media utama (*Why*), dan bagaimana perancangannya (*How*). Berikut ini adalah analisa *5W+1H*, yaitu:

1. *What?* (rancangan apa yang dibuat)

Media promosi utama logo dan media pendukung Rigafara Futsal *Centre* untuk menarik lebih banyak pemain futsal.

2. *Where?* (kemana ditunjukkan)

Perancangan promosi berupa logo yang mewakili keberadaan Rigafara Futsal *Centre* dimana olahraga futsal hadir sebagai pilihan yang diminati oleh masyarakat, khususnya Kota Padang.

3. *When?* (kapan dapat dilihat)

Logo Rigafara Futsal *Centre* dapat terlihat kapan saja oleh pemain futsal sekaligus bisa mengetahui keberadaan lapangan Rigafara Futsal *Centre*.

4. *Who?* (siapa target *audience*)

Target dari perancangan Logo Rigafara Futsal *Centre* ini adalah mencakup semua kalangan khususnya pemain futsal terutama laki- laki terutama sekali anak-anak muda yang ada di Kota Padang, khususnya di Kuranji.

5. *Why?* (mengapa logo sebagai media utama)

Perancangan logo bertujuan untuk menjadi media promosi yang dapat menarik pemain futsal lebih banyak lagi untuk bermain di Rigafara Futsal *Centre*, sekaligus dapat membedakan lapangan futsal Rigafara Futsal *Centre* dengan penyewaan lapangan futsal lainnya

6. *How?* (bagaimana perancangannya)

Logo akan dirancang menarik dan dapat mewakili sepenuhnya visi dan misi untuk membentuk *image/citra* terhadap keberadaan Rigafara Futsal *Centre* agar dapat menarik pemain futsal lebih banyak lagi untuk bermain di Rigafara Futsal *Centre*. Selain itu, logo Rigafara Futsal *Centre* yang akan dibuat haruslah memiliki atau muatan makna yang mewakili unsur-unsur yang mewakili Rigafara Futsal *Centre*.

Berdasarkan analisa 5W+1H di atas, maka terlihat jelas bahwa Rigafara Futsal *Centre* merupakan salah satu lapangan futsal yang perlu identitas yang dapat mewakili sepenuhnya visi dan misi untuk membentuk *image/citra* terhadap keberadaan Rigafara Futsal *Centre*. Dengan memberikan fasilitas yang cukup lengkap, seharusnya lapangan Rigafara Futsal *Centre* dapat menarik pemain futsal lebih banyak lagi agar bermain futsal di Rigafara Futsal *Centre*. Namun pada kenyataannya, Rigafara Futsal *Centre* terus mengalami pengurangan minat pemain futsal yang datang. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya: kurangnya promosi terhadap Rigafara Futsal *Centre* yang mengakibatkan keberadaannya kurang diketahui dikalangan pemain futsal. Maka diperlukan perancangan logo Rigafara Futsal *Centre* untuk dapat menarik perhatian pemain futsal agar bermain lagi di Rigafara Futsal *Centre*.

## **D. Pembahasan**

### **1. Data Perancangan**

#### **a. Data Primer**

Data primer yaitu data yang penulis peroleh dari cara wawancara dan data yang penulis dapat akurat atau bisa dipertanggungjawabkan. Karena penulis berhubungan langsung dengan manajemen tempat penyewaan lapangan futsal dan orang-orang yang kompeten di dalamnya. Data primer pada Rigafara Futsal *Centre* yaitu;

- 1) Logo Rigafara Futsal *Centre* belum ada sebelumnya.
- 2) Visi dan misi yang dimiliki oleh Rigafara Futsal *Centre* dalam mengembangkan dan memajukan usahanya.
- 3) Informasi dari pemain futsal.
- 4) Manajemen Rigafara Futsal *Centre*.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang penulis dapatkan dari berbagai informasi-informasi yang telah ada di internet dan buku-buku yang dapat menunjang proses perancangan logo Rigafara Futsal *Centre*.

### **2. Konsep Kreatif**

#### **a. Tujuan Kreatif**

Perancangan Logo Rigafara Futsal *Centre* ini diharapkan akan dapat membantu promosi Rigafara Futsal *Centre* lebih luas lagi, agar dapat menarik dan menjangkau para pemain futsal atau *target audience*

menjadi lebih banyak lagi atau yang tadinya belum mengenal lapangan Rigafara Futsal *Centre* bisa mengetahui dan mengunjungi, sehingga nantinya akan menjadi pemain tetap (pelanggan) di Rigafara Futsal *Centre*.

#### **b. Strategi Kreatif**

Logo akan dibuat menarik dan dapat mewakili sepenuhnya visi dan misi untuk membentuk *image/citra* terhadap keberadaan Rigafara Futsal *Centre* agar dapat menarik pemain futsal lebih banyak lagi untuk bermain di Rigafara Futsal *Centre*. Selain itu, logo Rigafara Futsal *Centre* yang akan dibuat haruslah memiliki atau muatan makna yang mewakili unsur-unsur yang mewakili Rigafara Futsal *Centre*.

#### **c. Program Kreatif**

Perancangan logo Rigafara Futsal *Centre* dengan mengacu pada visi dan misi, moto dan prinsip yang dipakai oleh Rigafara Futsal *Centre* yang memakai bentuk yang sederhana, mudah dibaca dan mudah dimengerti, mudah diingat, dapat mewakili Rigafara Futsal *Centre* serta dapat diaplikasikan sesuai dengan kriteria logo yang baik.

##### **1) Pemilihan Bentuk**

Pemilihan bentuk logo Rigafara Futsal *Centre* yang akan dibuat adalah sederhana, mudah dibaca, mudah dimengerti, mudah diingat, dapat mewakili Rigafara Futsal *Centre* serta dapat diaplikasikan sesuai dengan kriteria logo yang baik. Namun logo yang dibuat haruslah unik dan menarik agar mudah dibaca dan

dimengerti oleh pemain futsal dan masyarakat yang melihat logo Rigafara Futsal *Centre*.

Logo yang dibuat akan dirancang semenarik mungkin agar terlihat berbeda dari para pesaing, dengan menggunakan bentuk-bentuk yang sederhana namun memiliki arti yang penuh makna sesuai dengan filosofi-filosofi yang ada pada Rigafara Futsal *Centre*.. Maka bentuk ikon yang dipakai untuk perancangan logo Rigafara Futsal *Centre* adalah *Simplifikasi* manusia yang sedang menendang yang mengandung unsur angka 3 dan gambar bola.

## **2) Pemilihan Warna**

Dalam visual warna mempunyai kekuatan besar yang dapat mempengaruhi selera pembaca. Warna yang pas akan menarik mata pembaca agar lebih lama membaca. Warna akan berbicara banyak akan sebuah logo. Begitu juga dengan perancangan logo Rigafara Futsal *Centre*, warna akan berpengaruh besar untuk membuat logo lebih menarik perhatian pemain futsal dan masyarakat yang melihat dari logo Rigafara Futsal *Centre*. Warna yang dipilih adalah merah, hijau, hitam dan putih..

## **3) Pemilihan Tipe Huruf (*Typeface*)**

Dalam pembuatan logo Rigafara Futsal *Centre*, dipakai *typeface* yang mewakili karakter-karakter dari Rigafara Futsal *Centre*. Jenis *typeface* yang digunakan adalah *MV Boli*.

Pemilihan *typeface MV Boli* digunakan pada tulisan Rigafara Futsal Centre, nyaman, *simple*, pasti, jelas dan semangat namun tetap santai. Hal ini juga dimaknai sebagai sifat futsal yang *fleksibel*, teknik, skill, dan kuat. Karena olahraga futsal dapat dimainkan oleh semua orang termasuk pria dewasa dan anak-anak.

### 3. Final Desain



## **E. Kesimpulan dan Saran**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan Perancangan Logo Rigafara Futsal *Centre* di Jalan By Pass Kota Padang, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

Dalam perancangan Logo Rigafara Futsal *Centre* ini diharapkan akan dapat membantu promosi Rigafara Futsal *Centre* lebih luas lagi, agar dapat menarik dan menjangkau para pemain futsal atau *target audience* menjadi lebih banyak lagi atau yang tadinya belum mengenal lapangan Rigafara Futsal *Centre* bisa mengetahui dan mengunjungi, sehingga nantinya akan menjadi pemain tetap (pelanggan) di Rigafara Futsal *Centre*.

Promosi ini juga didukung oleh media-media pendukung seperti, *neon box*, seragam karyawan, kartu nama, kalender, stiker, pin, poster informasi tata tertib/peraturan, gantungan kunci, jam dinding, dan topi. Dengan media-media promosi ini diharapkan agar lapangan Rigafara Futsal *Centre* dapat membentuk *image/citra* terhadap keberadaan Rigafara Futsal *Centre* agar dapat menarik pemain futsal lebih banyak lagi untuk bermain di Rigafara Futsal *Centre*, sekaligus dapat membedakan lapangan futsal Rigafara Futsal *Centre* dengan penyewaan lapangan futsal lainnya.

### **Saran**

Disarankan agar pemilik Rigafara Futsal *Centre* dapat mempromosikan dan menarik pemain futsal yang lebih banyak lagi dengan adanya perancangan logo Rigafara Futsal *Centre*, agar pemilik dan juga



managemen Rigafara Futsal *Centre* mengerti dengan logo dan media yang dapat mempromosikan Rigafara Futsal *Centre* lebih baik lagi untuk jangka waktu yang lama.

### **Daftar Rujukan**

- Caniago, Ferri.2012. *Cara Mutakhir Jago Desain Logo*. Jakarta Timur  
Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.  
Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.  
Safanayong, [http:www. Docstoc /com/docs/1317708/](http://www.Docstoc.com/docs/1317708/) tentang-logo dan diakses pada tanggal 22 April 2013