

ANALISIS DAN PENGEMBANGAN DESAIN KAOS DISTRO BONEK ORIGINAL DI KETINTANG SURABAYA

Very Yanuar Anas Abidin

S1-Pend. Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, UNESA dan Alamat e-mail: veryyanuar@yahoo.com

Dosen Pembimbing:

Drs. Imam Zaini, M.Pd

Abstrak

Keberadaan dunia Desain Grafis di Indonesia saat ini sudah berkembang pesat, ditandai dengan banyaknya desainer-desainer muda yang lahir. Persaingan antar desainer, menghasilkan banyak karya-karya yang sangat inovatif dan kreatif dalam dunia Desain Grafis. Misalnya saja dalam poster, iklan, atau seni grafis. Seni grafis lebih dikenal masyarakat dengan sebutan sablon. Kaos sablon distro Bonek Original terkenal memiliki kualitas dari kaos hingga bahan sablon yang bagus. Banyak Bonek sebagai konsumen, memesan kaos dengan desain mereka sendiri meskipun sudah banyak kaos-kaos yang ada di distro. Hal tersebut dikarenakan konsumen juga mempunyai kriteria-kriteria sendiri dalam hal desain kaos sablon. Dengan memahami keinginan konsumen, desainer akan semakin mudah untuk membuat desain baru dan desain yang nantinya akan disablon sudah sesuai dan dapat diterima oleh konsumen. Permasalahan dalam penelitian ini adalah 1) bagaimana bentuk desain kaos distro Bonek Original?; 2) bagaimana pengembangan desain kaos distro Bonek Original menurut keinginan konsumen?. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah teknik pengamatan, teknik wawancara, teknik angket pengumpulan data dan teknik dokumen.

Hasil penelitiannya adalah peneliti mendeskripsikan bentuk desain kaos distro Bonek Original selama bulan Mei hingga Juli 2012 dan peneliti mengetahui keinginan konsumen distro Bonek Original. Kemudian peneliti membuat tiga desain baru dengan mengembangkan keinginan konsumen tersebut. Ketiga desain tersebut telah sesuai dengan keinginan konsumen saat ini.

Kata Kunci: Kaos, Sablon, Bonek dan Konsumen

Abstract

Nowadays the existence of Graphic Design in Indonesia has already growing up very fast, it is proved by the existence of many new young designers. The competition among those new young designers has given many innovative and creative works too in Graphic Design. Such as posters, advertisements, or graphic arts. Graphic arts are well-known called as silk-screening. Silk-screening shirts of Bonek Original shop have good quality for the shirt and the silk-screening it self. The most costumers are Bonek. They order the shirts with their own design although there are already many shirts with excellent design in the shop. By understanding the costumers desire in ordering their own designs for the shirts, the designers will be easier to make hew designs since the designs are already appropriate to the costumers really want and finally the designs will be accepted comfortably by the costumers. The questions of this research are 1) how is the design of a shirts by Bonek Original shop?; 2) how is the development of a shirt design in the Bonek Original shop?. The technique for collecting data uses observation, interview, questionnaire and document. The result of the research is that the researcher describes how the designs of shirts by Bonek Original shop are which are made starting from May to July 2012 and the researcher understands the costumers want the designs for their shirts from the Bonek Original shop. Then, the researcher made three new designs based on the costumers want at that time. Those three designs are already appropriate to the costumers want about the design for their shirts recently.

Keywords: shirts, silk-screening, Bonek, and costumers.

PENDAHULUAN

Ditunjang dengan teknologi yang semakin canggih, membuat persaingan dunia Desain Grafis menjadi ketat. Persaingan antar desainer, menghasilkan banyak karya-karya yang sangat inovatif dan kreatif dalam dunia Desain Grafis. Misalnya saja dalam poster, iklan, atau seni grafis. "Seni grafis merupakan penggubahan gambar bebas karya perupa menjadi cetakan, yang melalui proses

manual dan menggunakan material tertentu, dengan tujuan membuat perbanyak karya dalam jumlah tertentu" (Susanto, 2002:47).

Seiring semakin berkembangnya dunia sepak bola tanah air, membuat para pengusaha kaos berfikir kreatif untuk menciptakan peluang usaha dengan mengikuti keinginan konsumen. Salah satu peluang usaha tersebut adalah usaha yang bergerak dalam bidang penjualan *mercandhise* tim sepak bola di

Surabaya bernama distro Bonek Original yang berada di daerah Ketintang. Distro Bonek Original menciptakan berbagai *souvenir*, pernak-pernik tentang Persebaya dan Bonek mulai dari pin, stiker, topi, jaket, hingga yang paling banyak peminatnya adalah kaos. Karena kaos cenderung mengedepankan sisi fanatik supporter dalam mendukung tim kesebelasan Persebaya.

Disaat banyak konsumen yang semakin selektif untuk memilih bagus atau tidaknya suatu desain kaos. Banyak Bonek sebagai konsumen, memesan kaos dengan desain mereka sendiri, meskipun sudah banyak kaos-kaos yang ada di distro. Dengan memahami keinginan konsumen, desainer akan semakin mudah untuk membuat desain baru serta desain yang nantinya akan disablon sudah sesuai dan dapat diterima oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengambil judul “Analisis dan Pengembangan Desain Kaos Distro Bonek Original di Ketintang – Surabaya. Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : (1) Bagaimana bentuk desain kaos distro Bonek Original ?; (2) Bagaimana pengembangan desain kaos distro Bonek Original menurut keinginan konsumen ?. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Mendeskripsikan dan memvisualisasikan bentuk desain kaos distro Bonek Original; (2) Mendeskripsikan dan mengembangkan/ membuat desain kaos distro Bonek Original menurut keinginan konsumen.

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode Research and Development (R&D) atau penelitian dan pengembangan. R&D memang diarahkan untuk menaritemukan kebaruan dan keunggulan dalam rangka efektivitas, efisiensi, dan produktivitas. Pada penelitian ini peneliti akan mencoba untuk menganalisis desain kaos yang sudah ada di distro Bonek Original tersebut.

Sumber data utama atau primer dalam penelitian ini adalah desain kaos distro Bonek Original Ketintang selama bulan Mei hingga Juli 2012 dan konsumen yang datang langsung ke distro Bonek Original. Untuk sumber data pendukung atau sekunder dalam penelitian ini adalah pemilik yang sekaligus desainer distro Bonek Original yaitu Fahmi Thahir. Dan dalam penelitian ini menggunakan beberapa macam teknik, yakni teknik pengamatan atau observasi, teknik wawancara, teknik angket pengumpulan data dan teknik dokumentasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data Research & Development (R&D). Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mencari tahu

keinginan konsumen terhadap desain kaos yang diinginkan melalui media angket dan kemudian peneliti memvisualisasikan hasil angket dari konsumen dalam desain kaos.

Bentuk Desain Kaos Distro Bonek Original



Gambar 1. Bentuk Desain Kaos Bulan Mei 2012

Tipografi pada desain kaos diatas yang bertuliskan “BONDHO NEKAT satoe nyali wani” di bagian depan dan belakang menggunakan tulisan yang sama, tapi ukuran hurufnya berbeda. Tipografinya menggunakan klasifikasi huruf *Transitional* (BONDHO NEKAT) dan *Contemporary* (satoe nyali wani). Penggunaan hurufnya juga jelas dan dapat dibaca. Hurufnya berkarakter dinamis. Gambar ilustrasi yang digunakan adalah logo Bonek dengan menambahkan ornamen lingkaran yang sekaligus menjadi *background* atau bidang. Gambar ilustrasi pada desain kaos di atas menggunakan teknik gabungan, karena perpaduan antara gambar logo bonek yang awalnya gambaran dari tangan dan kemudian di edit dengan menggunakan *software CorelDraw*.

Menurut Fahmi Thahir (30 tahun) yang merupakan pemilik dan sekaligus desainer dari distro Bonek Original Ketintang, “karena target konsumen kami adalah orang dewasa yang menyukai desain simpel namun tetap bagus jika dilihat dan dipakai, maka kami menggunakan konsep desain simpel”. Menurut salah satu konsumen dari distro Bonek Original, Sidkhi (22 tahun) yang merupakan anggota POLRI dan sekaligus Bonek asal Sidoarjo ini menyatakan bahwa “keunggulan desain bagian depan bagus, namun desain bagian belakang jelek karena terlalu standart dan kurang variasi”.



Gambar 2. Bentuk Desain Kaos Bulan Mei 2012

Tipografi pada desain kaos di atas yang bertuliskan “BONEK GREEN FORCE” di bagian depan dan belakang menggunakan tulisan “BONEK ORIGINAL”. Tipografinya menggunakan klasifikasi huruf *Transitional* (BONEK GREEN FORCE) dan *Contemporary* (BONEK ORIGINAL). Gambar ilustrasi di bagian depan kaos adalah logo dari Bonek dan tulisan “BONEK” di bagian atas serta “GREEN FORCE” di bagian bawah gambar. Sedangkan untuk bagian belakang kaos menggunakan gambar logo dari Persebaya. Gambar ilustrasi pada desain kaos di atas menggunakan teknik gabungan, karena perpaduan antara teknik fotografi atau ilustrasi manual dengan teknik *drawing* di komputer.

“Bonek akan semakin terlihat kuat jika memakai kaos ini, karena desain *Wong Mangap* yang berukuran besar terpampang di bagian depan” (Fahmi Thahir). Konsumen Bonita (Bonek Wanita) asal Pasuruan yakni Dian Irmayanti (24 tahun) yang berprofesi sebagai mahasiswi berpendapat bahwa, “gambar ilustrasi bagus karena memenuhi kaos agar kelihatan dari jauh, namun tata letak tulisan kurang menarik karena berada di bawah bagian belakang kaos”.



Gambar 3. Bentuk Desain Kaos Bulan Mei 2012

Tipografi pada desain kaos di bagian depan dan belakang bertuliskan “SPIRIT OF BONEK ONLY FOR PERSEBAYA”. Tipografinya menggunakan klasifikasi huruf *Contemporary*. Penggunaan hurufnya juga jelas dan dapat dibaca. Gambar ilustrasinya adalah gambar logo Persebaya dan bidang berbentuk abstrak dengan tulisan “SPIRIT OF BONEK ONLY FOR PERSEBAYA” di bagian bawah gambar. Gambar ilustrasi pada desain kaos di atas menggunakan teknik gabungan.

“Desain kali ini dibuat dengan menggunakan warna perak, agar konsumen mempunyai pilihan warna lain namun konsepnya masih tetap simpel”, Fahmi Thahir (30 tahun). Menurut Shallie Irawan (28 tahun) yang bekerja sebagai anggota POLRI, “tata tulisan yang pas dan perpaduan warna yang enak dilihat”.



Gambar 4. Bentuk Desain Kaos Bulan Mei 2012

Tipografi di bagian depan kaos bertuliskan “BONEK ORIGINAL – est. 1927 orep nang Suroboyo sak lawase dukung Persebaya” dan belakang kaos bertuliskan “OREP NANG SUROBOYO SAK LAWASE DUKUNG PERSEBAYA”. Tipografinya menggunakan klasifikasi huruf *Contemporary*. Penggunaan hurufnya juga jelas namun sedikit sulit dibaca. Hurufnya berkarakter dinamis. Gambar ilustrasinya adalah gambar logo Bonek dengan penambahan ornamen seperti ukiran yang memberi kesan elegan dan klasik. Untuk bagian belakang kaos terdapat gambar logo Bonek berukuran kecil yang terletak di bagian atas kaos.

Menurut wawancara yang dilakukan tanggal 17 Mei 2012 kepada Fahmi Thahir (30 tahun), “untuk desain ini kami ingin memberikan hal yang berbeda dari segi warna kaos, gambar hingga tipografinya agar konsumen memiliki pilihan dalam memilih desain kaos distro Bonek Original”. Santoso Irawan (17 tahun) pelajar asal Dukuh Kupang menyatakan, “penggunaan warna emas sangat cocok dengan *background* hitam tapi jenis huruf/ *font* yang digunakan sulit untuk dibaca”.



Gambar 5. Bentuk Desain Kaos Bulan Juni 2012

Tipografi pada desain kaos di atas yang bertuliskan “BONEK 27” di bagian depan dan bagian belakang “SATU NYALI WANI”. Tipografinya menggunakan klasifikasi huruf *Contemporary*. Penggunaan hurufnya juga jelas dan dapat dibaca. Hurufnya memberikan kesan kokoh. Gambar ilustrasi di bagian depan adalah logo dari Bonek dengan menambahkan ornamen abstrak yang sekaligus

menjadi *background* atau bidang. Untuk bagian belakangnya terdapat gambar logo Bonek berukuran kecil yang terletak di bagian atas kaos.

Bonek Original mempunyai konsep desain yang simpel. Ahmad Lubis (27 tahun) salah satu konsumen berpendapat bahwa, “gambar yang bagian depan harusnya lebih besar/ *full* dan warnanya bagus tetapi terlalu besar tulisannya yang bagian belakang”.



Gambar 6. Bentuk Desain Kaos Bulan Juni 2012

Tipografi di bagian depan kaos bertuliskan “OREP NANG SUROBOYO BANGGA DADI BONEK – SALAM SATOE NYALI WANI” melingkari gambar ilustrasi dan dibelakang bertuliskan “BERFIKIR BERSIKAP BERTINDAK YANG TERBAIK UNTUK PERSEBAYA”. Hurufnya memberikan kesan kokoh. Penggunaan hurufnya juga jelas dan dapat dibaca. Untuk tulisan bagian belakang kurang jelas jika dibaca dari jarak jauh. Tipografinya menggunakan klasifikasi huruf *Contemporary*. Gambar ilustrasi di bagian depan adalah logo Bonek dengan menambahkan bidang lingkaran yang sekaligus menjadi *background*. Untuk bagian belakangnya terdapat gambar logo Persebaya yang digabungkan dengan tipografi.

Menurut Fahmi Thahir (30 tahun), “yang berbeda pada desain ini adalah penambahan logo Persebaya yang disisipkan ke dalam tulisan di bagian belakang kaos”. Menurut konsumen distro Bonek Original yang bernama Tia (21 tahun) asal Sidoarjo, “bahasa yang menarik dipadukan dengan desain tulisan dan gambar namun gambar ilustrasi Bonek kurang menarik”.



Gambar 7. Bentuk Desain Kaos Bulan Juni 2012

Tipografi di bagian depan kaos bertuliskan “SALAM SATOE NYALI” dan di bagian belakang kaos menggunakan tulisan yang sama, tapi ukuran hurufnya berbeda. Gambar ilustrasi pada kaos di atas menggunakan teknik gabungan dengan tipografi. Jika dilihat dari kejauhan terlihat logo Bonek, saat dilihat dari dekat logo Bonek tersebut merupakan susunan dari tipografi yang bertuliskan “BONEK ORIGINAL SALAM SATOE NYALI – PERSEBAYA”.

Seperti yang dikutip dari wawancara bersama Fahmi Thahir (30 tahun) yang dilakukan pada malam hari tanggal 26 Juni 2012, “untuk desain yang ini, saya menginginkan sebuah desain yang baru dengan mengolah tulisan menjadi sebuah gambar”. Salah satu konsumen yaitu Brian Adrian (22 tahun) Bonek asal Manukan Surabaya menyatakan bahwa “ide yang diaplikasikan dalam kaos ini sangat menarik, namun ketajaman warna dan mungkin kualitas bahan sablon kurang bagus sehingga desain tidak terlihat pada jarak yang lebih jauh”.



Gambar 8. Bentuk Desain Kaos Bulan Juni 2012

Tipografi di bagian depan kaos bertuliskan “BONEK” dan dibagian belakang kaos bertuliskan “INDONESIA LAUTAN BONEK”. Penggunaan hurufnya juga jelas dan dapat dibaca. Gambar ilustrasi di bagian depan adalah logo Bonek dengan penambahan bidang berbentuk perisai sebagai *background*. Gambar ilustrasinya sekilas mirip dengan gambar ilustrasi pada desain kaos sebelumnya yang berbeda hanya penggunaan bidangnya saja.

Wawancara yang dilakukan pada malam hari tanggal 26 Juni 2012, Fahmi Thahir (30 tahun) menjelaskan bahwa “tulisan pada bagian belakang kaos ini merupakan inspirasi saya terhadap Bonek yang saat ini semakin banyak jumlahnya hingga di pelosok daerah di Indonesia”. Menurut Rizal (17 tahun) konsumen yang masih berstatus sebagai pelajar ini mengungkapkan bahwa, “sudah ada kreasi warna, tipografi dan gambar namun untuk tulisan Bonek warnanya kurang sesuai dengan warna kaos sehingga tulisan tidak terbaca”.



Gambar 9. Bentuk Desain Kaos Bulan Juli 2012

Tipografi di bagian depan kaos bertuliskan “BONEK”. Tipografinya menggunakan klasifikasi huruf *Contemporary*. Gambar ilustrasi di bagian depan adalah logo Bonek dengan separasi warnanya mengikuti warna dari tipografi. Terdapat lima logo Bonek. Untuk bagian belakangnya terdapat gambar buaya di dalam bidang persegi dengan ukuran kecil di bagian atas tengah kaos.

Wawancara yang dilakukan pada malam hari tanggal 22 Juli 2012 kepada Fahmi Thahir (30 tahun), menurutnya “pemilihan warna yang cerah dapat menarik perhatian konsumen, untuk itulah pada desain kali ini saya menggunakan warna yang cerah namun masih enak dilihat”. Menurut Achmad Fadli (22 tahun), “desain yang memilih gambar umum namun diolah dan warna desain yang cocok tapi desain belakang kaos terlalu simpel”.



Gambar 10. Bentuk Desain Kaos Bulan Juli 2012

Tipografi di bagian depan kaos bertuliskan “BONEK” dan dibagian belakang kaos bertuliskan “OREP NANG SUROBOYO BANGGA DADI BONEK”. Gambar ilustrasi hanya terdapat dibagian belakang kaos, persisnya di sebelah kiri pojok bawah. Yang merupakan logo dari distro Bonek Original itu sendiri.

Pada desain kaos di atas hanya menggunakan tipografi dengan permainan tulisan dan warnanya. “Saya ingin memberikan desain yang tidak menggunakan gambar besar, dan saya ingin lebih banyak menonjolkan kepada sisi tipografi saja”, Fahmi Thahir (30 tahun) saat wawancara tanggal 22 Juli 2012. Salah satu konsumen yang bernama Tohir (32 tahun) warga Wiyung Surabaya ini menjelaskan, “tulisan timbul

dan berkarakter, namun yang menjadi kelemahannya adalah gambar ilustrasinya”.



Gambar 11. Bentuk Desain Kaos Bulan Juli 2012

Tipografi di bagian depan kaos bertuliskan “PERSEBAYA” dan di bagian belakang kaos bertuliskan “LEK AKU BONEK KOEN KATE LAPO”. Penggunaan hurufnya juga jelas dan dapat dibaca. Hurufnya memberikan kesan dinamis. Gambar ilustrasi di bagian depan kaos menggunakan logo Bonek dan di bagian belakang kaos terdapat logo dari distro Bonek Original.

Pada desain kaos di atas, merupakan edisi khusus untuk para “Bonek Cilik” sebutan untuk supporter Persebaya yang masih kecil. Fahmi Thahir (30 tahun) menjelaskan, “logo *Wong Mangap* pada desain ini berukuran besar sehingga membuat Bonek Cilik bangga menjadi Bonek”. Menurut Santoso Irawan (17 tahun) memaparkan, “desain depan kaos *full face* tampak menarik tapi kata Bonek tidak terbaca dari jauh, jika menggunakan *outline* putih akan tampak lebih bagus”.



Gambar 12. Bentuk Desain Kaos Bulan Juli 2012

Tipografi di bagian depan kaos bertuliskan “AKU AREK BONEK CAK!!! ASLI SUROBOYO COK!!! BONEK ORIGINAL” dan di bagian belakang kaos bertuliskan “AKU KET CILIK DADI BONEK”. Penggunaan hurufnya juga jelas dan dapat dibaca. Gambar ilustrasi di bagian depan kaos menggunakan logo Bonek dan di bagian belakang kaos terdapat logo dari distro Bonek Original.

Menurut Fahmi Thahir (30 tahun), “tulisan bagian belakang kaos memberikan makna kecintaan menjadi Bonek sejak dini”. Menurut Sidkhi (22 tahun) Bonek

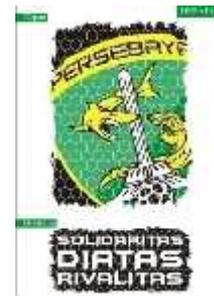
dan juga anggota POLRI ini memberikan komentarnya,”tulisan (font) bagian depan bagus, tetapi kata-katanya tidak cocok untuk anak-anak”.

Pengembangan Desain Kaos Distro Bonek Original Menurut Keinginan Konsumen

Pada pembahasan kali ini, peneliti menggunakan langkah-langkah R&D yakni potensi dan masalah, pengumpulan data, desain produk, validasi desain, revisi desain, uji coba produk, dan revisi produk. Maka peneliti akan menjelaskan satu perastu, sebagai berikut : sebelum peneliti lebih lanjut membuat desain kaos yang baru, terlebih dahulu peneliti ingin mengetahui keinginan konsumen distro Bonek Original. Konsumen cenderung menyukai desain yang *color full* namun tetap simpel dan tidak terkesan pasaran. Pemilihan warna yang tidak selalu hijau, membuat konsumen memiliki pilihan dalam memilih desain kaos yang akan dibelinya. Dari segi tipografi, konsumen juga menyukai *font* yang bervariasi dan tidak umum agar berkesan unik namun tetap mudah untuk dibaca dari jarak dekat maupun jauh. Pemilihan kata atau kalimat juga perlu diperhatikan, konsumen lebih suka dengan kata atau kalimat yang berkesan *sportif*, semangat dan tidak mengandung unsur sara. Untuk pemilihan gambar ilustrasinya harus lebih variatif lagi, karena konsumen akan bosan jika disuguhkan dengan gambar logo Persebaya dan *Wong Mangap* secara terus menerus. Maka diperlukan inovasi terhadap gambar ilustrasi yang akan digunakan; Peneliti membuat lima desain kaos. Adapun analisis data dari kelima desain, yakni:

Peneliti mengambil konsep desain simpel dengan mengembangkan logo Persebaya yang berada didalam jaring gawang. Dengan memakai logo Persebaya yang biasanya terkesan formal, peneliti menginginkan sebuah desain yang bagus saat dilihat namun tidak terkesan formal dan kaku dengan logo Persebaya. Untuk itu peneliti mencoba mengembangkan desainnya dengan memiringkan logo Persebaya hingga 13,7° serta memberikan tambahan jaring gawang. Peneliti memiringkan logo Persebaya karena saat ini keadaan persepakbolaan di Indonesia khususnya Surabaya sedang goyang. Peneliti berharap Bonek akan tetap menjadi pondasi utama dari Persebaya hingga Persebaya kembali tegak kembali. Jaring gawang berarti ini adalah klub sepak bola. Pemilihan bidang abstrak sebagai *background* memberikan makna kericuhan persepakbolaan Indonesia saat ini tidak hanya di tingkat federasi saja, namun hingga ke daerah-daerah khususnya Persebaya. Sedangkan pemilihan tulisan **SOLIDARITAS DIATAS RIVALITAS** di bagian belakang kaos

merupakan upaya dari peneliti untuk menanamkan jiwa sportif yang saat ini mulai hilang dari Bonek. Peneliti menginginkan perdamaian di antara para suporter-suporter tanah air, dan Bonek harus membuang sifat egoisnya sejak dini. Agar persepakbolaan di Indonesia dapat berkembang seperti yang diinginkan oleh semua masyarakat pecinta sepak bola Indonesia. Hasil dari desain 1 adalah sebagai berikut.



Gambar 13. Desain 1

Untuk desain kedua, peneliti mengambil konsep desain simpel dengan mengembangkan gambar burung garuda yang di dalamnya terdapat kata-kata tentang Persebaya, Bonek dan kota Surabaya. Pemilihan burung garuda sebagai semangat nasionalisme Bonek yang merupakan suporter Persebaya namun juga sebagai suporter tim nasional Indonesia. Peneliti ingin menumbuhkan semangat cinta air Bonek kepada Indonesia yang peneliti lambangkan dengan burung garuda. Jika semangat Bonek untuk Persebaya saja begitu tinggi, apalagi jika mendukung tim nasionalnya sendiri, pasti akan berlipat ganda. Peneliti mengembangkan burung garuda tersebut dengan memasukkan berbagai kata-kata yang menjadi ciri khas dari Bonek, Persebaya dan kota Surabaya. Karena peneliti ingin membangkitkan semangat untuk mendukung kemana saja Persebaya bertanding, dan tentunya dengan aksi damai dan tetap kreatif. Pemilihan kalimat **DISANA KAU BERADA DISITU KAMI ADA** berarti bahwa dimana saja Persebaya bertanding maka Bonek akan ada untuk memberi dukungan. Sedangkan untuk pemilihan warnanya dikarenakan peneliti ingin menyesuaikan dengan warna logo Persebaya itu sendiri yang memakai warna hijau, kuning, hitam dan putih. Dan penggunaan warna tersebut semakin mempertegas konsep desain yang simpel tapi tetap bagus saat dilihat. Berikut adalah desain kedua :



Gambar 14. Desain 2

Untuk desain ketiga, peneliti mengambil konsep desain simpel dengan mengembangkan gambar sebuah puzzle yang di dalamnya terdapat gambar Bung Tomo. Puzzle adalah sebuah permainan yang melatih daya ingat pikiran kita untuk menyatukan kepingan-kepingan puzzle tersebut untuk kembali menjadi utuh hingga kita dapat melihat gambarnya secara utuh. Konsep itulah yang peneliti coba masukkan ke dalam desain ini. Jika Bonek di Indonesia ini bersatu, maka akan menjadi sebuah kelompok suporter terbesar di tanah air. Pemilihan gambar Bung Tomo dikarenakan beliau adalah ikonik dan sekaligus salah satu Pahlawan kebanggaan *Arek-arek Suroboyo* ini. Semangatnya yang membara dan tak kenal takut akan penjajah hingga lahirnya peristiwa yang menjadikan Surabaya sebagai Kota Pahlawan yakni peristiwa 10 November 1945. Dengan semangat dan pantang menyerah yang dimiliki oleh Bung Tomo inilah yang memberikan inspirasi kepada peneliti untuk mengingatkan kembali kepada Bonek, kalau jiwa Bonek sudah ada sejak zaman penjajahan. Pemberian logo Persebaya di samping nama BUNG TOMO menandakan bahwa Bung Tomo merupakan salah satu Bonek di zaman penjajahan. Sedangkan untuk pemilihan tulisan LOYALITAS DAN TOTALITAS TANPA BATAS dan logo Persebaya di sampingnya, peneliti bermaksud menularkan semangat yang dimiliki oleh Bung Tomo kepada Bonek agar loyalitas dan totalitas tanpa batas untuk mendukung Persebaya. Hasil dari desain ketiga sebagai berikut :



Gambar 15. Desain 3

Untuk desain keempat, konsep desainnya adalah simpel dengan menggunakan tulisan Bonek Original yang merupakan nama dari distro yang sedang diteliti. Hal ini dimaksudkan untuk mempromosikan nama distro Bonek Original agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat. Peneliti memberikan efek tetesan cat pada tulisan Bonek Original dengan maksud seperti darah dan keringat yang menetes dari para Bonek yang mendukung Persebaya dari dulu hingga saat ini. Memberikan pengertian bahwa semangat Bonek untuk mendukung Persebaya seperti membela harga diri. Sedangkan makna dari tulisan *We are From Surabaya Heroes* adalah distro Bonek Original berasal dari Kota Pahlawan yakni Surabaya. Tulisan tersebut juga bermakna konsumen yang memakai kaos dengan desain ini akan bangga bahwa mereka berasal dari Surabaya yang dikenal dengan Kota Pahlawan. Penggunaan dua warna yakni hitam dan putih (menyesuaikan dengan warna kaos) membuat desain ini terlihat simpel. Dan hasil desain keempat adalah sebagai berikut :



Gambar 16. Desain 4

Konsep simpel masih peneliti pakai pada desain kelima. Dengan menggunakan gambar Sura dan Baya yang diambil dari logo Persebaya, lalu disampingnya diberikan tulisan PERSEBAYA SINCE

1927, KAMI DATANG DENGAN DAMAI. Hal ini bermaksud agar Bonek yang memakai kaos dengan desain ini juga akan melakukan tindakan seperti yang ada pada tulisan Kami Datang Dengan Damai. Masyarakat pada umumnya melihat Bonek dengan sebelah mata karena masyarakat menilai Bonek selalu membuat kerusuhan dimanapun mereka berada. Untuk itu peneliti ingin agar *image* buruk yang melekat pada Bonek akan berubah seiring berjalannya waktu. Tulisan dibagian belakang juga mempertegas bahwa Bonek adalah supporter tanpa anarki. Dan hasil desainnya seperti berikut :



Gambar 17. Desain 5

Desain kaos diatas peneliti konsultasikan dan meminta penilaian dalam hal tipografi, warna, gambar ilustrasi dan *layout* atau tata letak pada ahli yang berpengalaman yakni Marsudi, S.Pd., M.Pd., Asidigisianti, S.P, S.P, M.Pd. dan Fahmi Thahir. Hasil pada langkah ini adalah terpilihnya tiga desain dari lima desain yang dipilih oleh validator dan masukkan saran serta kritik dari validator, sehingga hasil desain yang peneliti buat lebih baik; Setelah peneliti melakukan langkah validasi desain dan menerima komentar dan saran perbaikan dari validator, maka ada beberapa desain yang peneliti revisi atau perbaiki; Setelah peneliti merevisi desain yang telah diberi masukkan komentar dan saran perbaikan dari validator, peneliti melakukan langkah uji coba desain. Yakni menanyakan kepada lima konsumen melalui media angket, apakah desain yang peneliti buat ini sudah sesuai dengan keinginan konsumen ataukah masih belum. Desain yang peneliti bagikan kepada lima konsumen merupakan desain yang pilihannya sama oleh ketiga validator, yakni desain nomor 1, 2, 3, dan 5. Kemudian peneliti dapat mengetahui desain yang tidak disukai oleh lima konsumen dari empat pilihan desain tersebut adalah desain 5. Dan desain 5 ini selanjutnya tidak akan peneliti masukkan ke dalam langkah selanjutnya, dikarenakan desain ini peneliti anggap kurang sesuai dengan keinginan konsumen. Desain yang sudah sesuai dengan keinginan konsumen

adalah desain 1, 2, dan 3. Pengolahan warna, gambar ilustrasi, tipografi serta tata letak yang bagus membuat ketiga desain tersebut dapat diterima oleh konsumen; Peneliti memperoleh sedikit masukan komentar dan saran perbaikan pada langkah sebelumnya dari lima konsumen dan komentar serta saran perbaikan tersebut peneliti masukkan ke dalam revisi desain akhir ini. Desain yang mendapat komentar dan saran perbaikan tersebut adalah desain 3. Untuk desain 1 dan 2 tidak mendapatkan komentar dan saran perbaikan. Dan hasil desain akhirnya adalah sebagai berikut :



Gambar 18.

Desain Akhir dan ada penambahan outline Pada gambar di bawah (Bung Tomo)

Dapat diketahui bahwa pembuatan sebuah desain kaos sablon harus memenuhi beberapa komponen bentuk desain yaitu tipografi dan gambar ilustrasi agar desain yang dihasilkan bagus secara visual juga dapat diterima oleh konsumen. Desain kaos yang telah dibuat oleh seorang desainer yang menurutnya sudah bagus, belum tentu bagus menurut konsumen. Distro Bonek Original mengambil konsep simpel dikarenakan target konsumen mereka adalah masyarakat pecinta sepak bola khususnya Bonek yang berusia 17 tahun keatas. Pemakaian warna yang tidak lebih dari lima macam dan memilih warna yang tidak mencolok, membuat desain-desain yang ada bagus saat dilihat.

Dengan pertimbangan seperti itulah peneliti mencoba mengembangkan desain kaos dari distro Bonek Original ini setelah peneliti mengetahui keinginan konsumen yang sebelumnya peneliti tanyakan melalui media angket. Beberapa konsumen memberikan masukan untuk desain kaos yang sudah ada selama bulan Mei hingga Juli 2012. Saran dan masukan tersebut dijadikan peneliti sebagai bahan untuk pengembangan desain kaos selanjutnya. Peneliti lalu membuat lima desain baru yang kemudian dipilih oleh tiga validator dan setelah melalui beberapa langkah penelitian, peneliti mendapatkan tiga desain dari lima desain yang peneliti buat sebelumnya. Tiga desain tersebut telah sesuai dengan keinginan validator dan konsumen.

Untuk pembuatan desain kaos sablon yang menarik dan diterima oleh konsumen ada baiknya desainer terlebih dahulu melakukan observasi langsung kepada konsumen sebelum diterapkan ke kaos. Hal tersebut dilakukan supaya desainer mengetahui apakah desain yang dibuatnya bisa diterima oleh konsumen atau tidak. Jika melakukan observasi kepada konsumen sebelum desain disablon, desainer dapat melakukan perbaikan yang diberikan oleh konsumen tersebut. Sehingga desain yang nantinya akan disablon sudah sesuai dan dapat diterima oleh konsumen. Tiga komponen desain juga perlu diperhatikan sebelum membuat sebuah desain kaos yaitu tipografi, gambar ilustrasi dan *background* atau latar belakang. Agar desain yang dihasilkan bagus secara tampilan visual juga dapat diterima oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian – Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Haris Munandar, penerjemah. Jakarta : Erlangga.
- Junaedi, Fajar. 2012. *Bonek Komunitas Suporter Pertama dan Terbesar di Indonesia*. Yogyakarta : Mata Padi Pressindo.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga*. 2005. Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta : Balai Pustaka.
- Kusmiati R. Artini, Sri Pudjiastuti, Pamudji Suptandar. 1999. *Teori Dasar Disain Komunikasi Visual*. Jakarta : Djambatan.
- Martadi, dkk. 2003. *Buku Pedoman Penulisan Skripsi Jurusan Seni Rupa*. Surabaya: Unesa University Press.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif – Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nusantara, Guntur. 2007. *Panduan Praktis Cetak Sablon*. Jakarta : Kawan Pustaka.
- Oemar, Eko A.B. 2006. *Desain Dua Matra*. Penerbit : Unesa University Press.
- Oemar, Eko A.B. 2003. *Desain Komunikasi Visual*. Penerbit : Unesa University Press.
- Tim Penyusun. 2006. *Panduan Penulisan dan Penilaian Skripsi*. Surabaya : Unesa University Press.
- Putra, Nusa. 2012. *Research & Development Penelitian dan Pengembangan: Suatu Pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Rachbani. 1996. *Sablon Screen Printing Dasar Lengkap*. Surabaya.
- Sachari, Agus & Yan Yan Sunarya. 2002. *Sejarah dan Perkembangan Desain & Dunia Kesenirupaan di Indonesia*. Bandung : Penerbit ITB.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual - Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Susanto, Mikke. 2002. *Diksi Rupa*. Yogyakarta : Penerbit Kanisius.
- Sumber dari internet :
 ([http://surabaya/kaos/Sejarah Kaos_.html](http://surabaya/kaos/Sejarah%20Kaos_.html), diakses 8 Maret 2012)
 ([http://Sejarah Kaos « kaoslarismanis.html](http://Sejarah%20Kaos%20kaoslarismanis.html), diakses 8 Maret 2012)