

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang diperoleh peneliti, sikap Aremania mengenai logo Arema FC adalah positif. Pada komponen kognitif, hasil sikap Aremania adalah positif. Responden mengetahui dengan pasti warna logo Arema FC yang baru, namun untuk bentuk lingkaran dan gambar singa, responden tidak mengetahui makna yang terkandung dalam logo Arema FC. Pada komponen afektif, hasil sikap Aremania adalah positif. Responden menyukai bentuk logo Arema FC yang baru terdiri dari bentuk lingkaran, gambar singa mengepal serta warna biru, merah dan putih dalam logo Arema FC. Pada komponen konatif, hasil sikap Aremania adalah positif. Responden akan menggunakan logo Arema FC yang baru sebagai identitas Aremania, menggunakan *merchandise* (kaos, topi, syal, *jersey*, stiker), menggunakan logo Arema FC yang baru sebagai *display picture* di media sosialnya dan mengajak orang lain untuk menggunakan dengan *merchandise* dengan logo Arema FC. Hasil penelitian mengenai sikap Aremania mengenai logo Arema FC adalah positif yang artinya responden mengetahui, menyukai dan akan menggunakan logo Arema FC dalam memberikan dukungan kepada Arema FC.

V.2. Saran

Berikut saran yang ingin disampaikan peneliti terkait penelitian ini:

1. Secara akademis, peneliti merasa penelitian ini belum sempurna. Oleh karena itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan dasar untuk penelitian lanjutan mengenai logo Arema FC. Kemudian untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis sikap, khususnya afektif dan konatif secara lebih mendalam dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode *reception analysis*.
2. Secara praktis, bagi organisasi Arema FC peneliti memberikan saran untuk lebih banyak melakukan sosialisasi terkait makna yang terkandung dalam logo Arema FC. Aremania belum sepenuhnya memahami makna-makna yang terkandung dalam logo Arema FC terutama dalam segi bentuk, sehingga perlu adanya sosialisasi lebih lagi kepada Aremania. Meskipun sikap Aremania mengenai logo Arema FC adalah positif, *Public Relations* Arema FC harus melakukan pembenahan dan meningkatkan tugas dan fungsi *Public Relations* terutama dalam membangun identitas perusahaan. *Public Relations* Arema FC perlu melakukan berbagai penyebaran informasi ke berbagai media agar Aremania memahami sepenuhnya makna yang terkandung dalam logo Arema FC.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ambrose, Gavin., Harris, Paul. 2010. *Design Thinking*. Switzerland : AVA Publishing SA.
- Argenti, Paul A. *Komunikasi Korporat*. 2010. Jakarta : Salemba Humanika.
- Azwar, S. 2011. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Butrick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations:Teori dan Praktik*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Damera, Anne. 2007. *Color Basic : Panduan Dasar Warna Untuk Desainer & Industri Grafika*. Jakarta : Link & Match Graphic.
- Effendi, Sofian., Tukiran. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES.
- Handoko, Anung. 2008. *Sepakbola Tanpa Batas*. Yogyakarta : Kanisius.
- Hurlock, Elizabeth. 1980. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta : Erlangga.
- 2004. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Junaedi, Fajar. 2014. *Merayakan Sepakbola : Fans, Identitas dan Media*. Yogyakarta : Litera.
- Kasali, Rhenald. 2008. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : Pustaka Utama.
- Kriyantono. 2012. *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- L'etang, Jacquie. 2013. *Sport Public Relations*. London : Sage Publications.
- Nagdeman, Jay. 2009. *The Professional's Guide to Financial Services Marketing*. Hoboken : John Wiley & Sons.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor Selatan : Ghalia Indonesia.
- Nugroho, Eko. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta : Andi.

- Nugroho, dkk. 2013. *Pemain Kedua Belas*. Yogyakarta : Ekspresi.
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Humas dan Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain logo*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Refika Aditama.
- Soemirat,Soleh.,Ardianto, Elvinaro. 2015. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Stone, Terry Lee. 2006. *Color Design Workbook : A Real-World Guide To Using Color In Graphic Design*. United States of America : Rockport Publishers.
- Sudarmaji., Setiawan, Ovan., Setiawan, Iwan. 2016. *Buka-bukaan Arema*. Malang: UMM Press.
- Sujarweni, V Wiratna., Endrayanto, Poly. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wiaro, Giri. 2015. *Olahraga : Dalam Perspektif Sosial, Politik, Ekonomi, IPTEK dan Hiburan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

MAJALAH

- Tim *Media Officer* Arema (2015). Bukan sekedar nama dan logo. *Arema magazine*, vol 5.

JURNAL

- Budakov, Petyo. (2016). Development of a logo assessment matrix for designing football corporate identity. *International Journal of Design*. 10 (2), 8.
- Dahana, Ayub. (2013). Kompetensi komunikasi Yuli Sampil dalam memimpin kelompok suporter Aremania. *Jurnal E-komunikasi Universitas Kristen Petra*. 1 (1), 1.

Hakim, dkk. (2017). Aremania : Suatu Bentuk Idenitas Pemersatu Kaum Muda Kota Malang Tahun 1992-2000. *Jurnal Masyarakat & Budaya*. 19 (1), 126

Hanggoro, Wahyu. (2016). Bahasa Walikan Sebagai Identitas Arek Malang. *Etnografi*. 16 (1), 26-27.

INTERNET

<http://wearemania.net/arema/profil-arema> diakses 30 November 2017

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.arema.apps&hl=in>

Ismunianto, Irawan (2017, Januari). Rencana Arema FC Mengganti Logo Menuai Protes. Jawa Pos [on-line] diakses pada 20 Oktober 2017 dari <https://www.jawapos.com/read/2017/01/02/74682/rencana-arema-fc-mengganti-logo-menuai-protos>

Merek Logo Persebaya Tak Lagi Bisa Diganggu. Jawa Pos [on-line] diakses pada 20 Oktober 2017 dari <https://www.jawapos.com/read/2016/09/15/511113/merek-logo-persebaya-tak-bisa-lagi-diganggu>

Yosrizal. (2017, Januari). Demi Masa Depan Lebih Baik Logo Semen Padang Direvisi. [on-line] diakses pada 20 Oktober 2017 dari <https://juara.bolasport.com/read/sepak-bola/indonesia/166834-demi-masa-depan-lebih-baik-logo-semen-padang-direvisi>

Permana, Rizky Wahyu. (2016, 3 Desember). Pilih logo baru, Arema Cronus gelar sayembara. Merdeka [on-line]. Diakses pada tanggal 8 Desember 2017 dari <https://malang.merdeka.com/aremania/pilih-logo-baru-arema-cronus-gelar-sayembara-161202f.html>

PENELITIAN TERDAHULU

Febriyanti, Sisca. (2008). *Sikap Konsumen Hotel Majapahit Surabaya Mengenai Logo Hotel Majapahit Surabaya*. Universitas Kristen Petra.

Yolanda, Syella Shintia. (2017). *Sikap pegawai negeri sipil kota Surabaya mengenai iklan layanan masyarakat “Gerakan nasional revolusi mental #AYOBERUBAH” versi PNS*. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

SUMBER LAIN

Kota Malang dalam Angka 2017. BPS Kota Malang