

Analisis Strategi Peradaban Maskot PSSI “Shakti” Dalam Perspektif Sosial, Historis, Dan Estetika**Oleh:****Nicholas Romeo Rivaldo**

Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan

E-mail: nicholasrevaldo02@gmail.com**Selly Amelia**

Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan

E-mail: sellyamelll17@gmail.com**Arus Rizqika Noviyanti**

Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan

E-mail: arusrizqikanovianti@gmail.com**Yoga Rarasto Putra**

Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan

E-mail: yogararastoputra@gmail.com**ABSTRACT**

A mascot is a visual communication medium that serves as a representation of an institution's identity and values. The PSSI mascot "Shakti" serves as a visual symbol that represents the spirit, strength, and character of Indonesian football. This study aims to analyze the civilizational strategies embodied in the design of the PSSI "Shakti" mascot through social, historical, and aesthetic perspectives. The research method used is qualitative with a descriptive-analytical approach. The analysis was conducted using Roland Barthes' semiotic theory and a hermeneutic approach to interpret visual meaning. The results show that the PSSI "Shakti" mascot not only functions as a visual identity for sports, but also as a symbol of the construction of national values, history, and civilizational strategies communicated through character design.

KEYWORDS

PSSI Mascot, Shakti, Civilization Strategy, Visual Aesthetics, Visual Communication Design

A. PENDAHULUAN

Maskot merupakan salah satu bentuk media komunikasi visual yang berfungsi sebagai representasi identitas, nilai, dan citra dari suatu institusi, komunitas, maupun wilayah tertentu. Dalam konteks Desain Komunikasi Visual, maskot tidak hanya dipahami sebagai elemen dekoratif, tetapi sebagai simbol yang sarat makna sosial, budaya, ideologis, serta estetis. Melalui bentuk visual yang komunikatif, maskot mampu menyampaikan pesan secara persuasif, membangun kedekatan emosional dengan publik, serta memperkuat strategi branding sebuah entitas.

Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) sebagai induk organisasi sepak bola nasional memiliki peran strategis dalam membentuk identitas dan kebanggaan kolektif masyarakat

Indonesia. Kehadiran maskot PSSI “Shakti” menjadi upaya visual untuk merepresentasikan semangat, nilai, dan karakter sepak bola Indonesia dalam satu figur simbolik. Maskot ini tidak hanya hadir dalam konteks olahraga, tetapi juga sebagai bagian dari narasi budaya, sejarah, dan identitas bangsa.

Nama “Shakti” secara etimologis memiliki makna kekuatan, energi, dan daya hidup, yang secara simbolik dapat dikaitkan dengan semangat juang, persatuan, serta daya tahan bangsa. Visualisasi maskot Shakti memuat unsur-unsur visual tertentu yang berpotensi merepresentasikan strategi peradaban, yakni bagaimana nilai-nilai sosial, historis, dan estetis dikonstruksikan dan dikomunikasikan kepada publik melalui medium desain karakter.

Namun demikian, pemaknaan terhadap maskot tidak selalu bersifat tunggal. Sebagai produk budaya visual, maskot Shakti terbuka terhadap berbagai tafsir yang dipengaruhi oleh latar belakang sosial, pengalaman visual, serta pengetahuan budaya audiens. Oleh karena itu, diperlukan kajian akademik yang mendalam untuk menelaah makna-makna yang terkandung di balik elemen visual maskot PSSI Shakti melalui pendekatan kualitatif.

Penelitian ini berupaya menganalisis strategi peradaban yang termanifestasi dalam desain maskot PSSI Shakti dengan meninjau aspek sosial, historis, dan estetika visual. Pendekatan semiotika dan hermeneutika digunakan sebagai pisau analisis untuk mengungkap makna denotatif, konotatif, hingga ideologis yang terkandung dalam visual maskot tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Makna sosial apa saja yang direpresentasikan melalui elemen visual maskot PSSI “Shakti”?
2. Bagaimana unsur historis dan nilai kebangsaan dimanifestasikan dalam desain maskot PSSI “Shakti”?
3. Bagaimana estetika visual maskot PSSI “Shakti” ditinjau melalui kajian semiotika dan hermeneutika?
4. Bagaimana maskot PSSI “Shakti” merepresentasikan strategi peradaban dalam konteks Desain Komunikasi Visual?

B. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami maskot PSSI “Shakti” bukan semata sebagai produk desain visual, melainkan sebagai teks budaya yang merepresentasikan nilai, ideologi, dan arah pemikiran institusi olahraga nasional. Tujuan utama penelitian ini adalah menyingkap bagaimana elemen-elemen visual dalam maskot Shakti bekerja sebagai sistem tanda yang membangun makna sosial, historis, dan estetis secara simultan.

Secara konseptual, penelitian ini diarahkan untuk menelaah bagaimana desain karakter mampu berfungsi sebagai medium artikulasi strategi peradaban, yakni upaya simbolik dalam membentuk kesadaran kolektif, identitas kebangsaan, serta imajinasi tentang masa depan sepak bola Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan semiotika dan hermeneutika, penelitian ini berupaya menggali makna yang tidak berhenti

pada apa yang tampak secara visual, tetapi bergerak menuju pemahaman ideologis dan filosofis yang melatarbelakangi kehadiran maskot tersebut.

Lebih jauh, tujuan penelitian ini adalah memperluas horizon kajian Desain Komunikasi Visual dengan menempatkan desain karakter sebagai ruang refleksi budaya dan peradaban. Melalui analisis maskot PSSI “Shakti”, penelitian ini berusaha menunjukkan bahwa praktik desain visual memiliki kapasitas epistemologis untuk memproduksi makna, membentuk wacana, serta merepresentasikan nilai-nilai yang hidup dan dinegosiasikan dalam masyarakat.

C. TINJAUAN PUSTAKA

a. Originalitas Penelitian

Originalitas penelitian ini terletak pada cara pandang kualitatif yang memposisikan maskot PSSI “Shakti” sebagai fenomena kultural yang dapat dibaca secara reflektif dan mendalam. Penelitian ini tidak berangkat dari asumsi bahwa maskot semata-mata adalah artefak visual atau instrumen promosi, melainkan sebagai teks simbolik yang hadir dalam ruang sosial, sejarah, dan ideologis sepak bola Indonesia. Dengan demikian, pendekatan kualitatif yang digunakan tidak bertujuan untuk mengukur efektivitas visual secara kuantitatif, tetapi untuk memahami makna yang diproduksi, dinegosiasikan, dan direpresentasikan melalui desain karakter tersebut.

Metode kualitatif dalam penelitian ini digunakan sebagai pendekatan interpretatif, sebagaimana dikemukakan oleh Creswell (2014), bahwa penelitian kualitatif berupaya memahami makna yang dikonstruksi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Dalam konteks ini, maskot Shakti diperlakukan sebagai fenomena visual yang sarat makna, sehingga membutuhkan pembacaan mendalam terhadap struktur visual, konteks kemunculan, serta nilai-nilai yang diartikulasikan melalui representasinya.

Keunikan penelitian ini terletak pada integrasi antara analisis visual, semiotika, dan hermeneutika dalam satu kerangka kualitatif yang utuh. Semiotika digunakan untuk membedah struktur tanda visual dan relasi makna yang tampak, sementara hermeneutika berfungsi sebagai pendekatan tafsir untuk memahami makna yang lebih dalam dan bersifat ideologis. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Ricoeur (2014) yang menempatkan teks termasuk teks visual sebagai

entitas yang terbuka terhadap penafsiran dan refleksi kritis.

Penelitian ini menempati posisi yang berbeda dari kajian desain yang berorientasi pada fungsi praktis atau estetika semata. Dengan menempatkan maskot Shakti sebagai objek kajian kualitatif, penelitian ini berupaya memperluas horizon keilmuan Desain Komunikasi Visual ke ranah pemikiran kritis dan filsafat budaya. Maskot dipahami sebagai medium artikulasi nilai, bukan hanya sebagai hasil kreativitas visual, tetapi sebagai representasi kesadaran kolektif dan imajinasi institusional tentang identitas sepak bola nasional.

Secara epistemologis, penelitian ini menegaskan bahwa metode kualitatif memiliki kapasitas untuk mengungkap lapisan makna yang tidak dapat dijangkau melalui pendekatan deskriptif formal semata. Dengan membaca maskot PSSI “Shakti” sebagai teks budaya, penelitian ini menawarkan kontribusi konseptual berupa pemahaman bahwa desain karakter visual dapat berfungsi sebagai strategi peradaban, yakni upaya simbolik dalam membentuk orientasi nilai, narasi kebangsaan, dan kontinuitas makna dalam ruang olahraga nasional.

Dengan demikian, posisi penelitian ini berada pada persimpangan antara Desain Komunikasi Visual, kajian budaya, dan filsafat tanda. Penelitian ini tidak hanya menambah khazanah kajian maskot, tetapi juga mempertegas peran desain sebagai praktik intelektual yang mampu merefleksikan dan membentuk dinamika peradaban visual kontemporer.

b. Hermeneutika Sebagai Teori Tafsir

Hermeneutika digunakan untuk melampaui analisis struktural tanda menuju pemahaman makna yang lebih mendalam. Ricoeur memandang hermeneutika sebagai upaya memahami makna teks melalui proses interpretasi yang melibatkan dialog antara teks, konteks, dan penafsir (Ricoeur, 1981).

Dalam pandangan Ricoeur, teks termasuk teks visual memiliki otonomi makna yang memungkinkan penafsiran melampaui niat awal penciptanya (Ricoeur, 2014). Hal ini membuka ruang bagi pembacaan maskot sebagai simbol budaya yang maknanya terus dinegosiasikan oleh masyarakat.

Pendekatan hermeneutika dalam penelitian ini digunakan untuk menafsirkan makna ideologis dan

filosofis di balik visual maskot PSSI “Shakti”, khususnya dalam kaitannya dengan strategi peradaban dan pembentukan kesadaran kolektif melalui desain komunikasi visual.

c. Semiotika Dalam Proses Pemaknaan Tanda

Semiotika dalam penelitian ini diposisikan bukan sekadar sebagai perangkat analisis teknis, melainkan sebagai cara berpikir untuk memahami bagaimana makna visual dibentuk, disusun, dan dikomunikasikan melalui maskot PSSI “Shakti”. Dalam kerangka metode kualitatif, semiotika berfungsi untuk menyingkap struktur makna yang tersembunyi dibalik representasi visual, dengan menempatkan maskot sebagai sistem tanda yang bekerja dalam konteks sosial dan budaya tertentu.

Ferdinand de Saussure memandang tanda sebagai relasi antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang bersifat arbitrer dan ditentukan oleh konvensi sosial (Sobur, 2009). Pemahaman ini menegaskan bahwa elemen visual pada maskot Shakti seperti bentuk tubuh, ekspresi wajah, warna, dan atribut tidak memiliki makna alamiah, melainkan memperoleh makna melalui kesepakatan dan pengalaman kultural masyarakat pendukungnya. Dalam penelitian kualitatif, relasi ini dibaca secara interpretatif, bukan diukur, sehingga fokus analisis terletak pada proses pemaknaan, bukan pada frekuensi atau efektivitas komunikasi.

Roland Barthes mengembangkan konsep Saussure dengan membagi proses pemaknaan ke dalam dua tingkat signifikasi, yaitu denotasi dan konotasi.

Hermeneutika digunakan dalam penelitian ini untuk melengkapi analisis semiotik dengan pendekatan tafsir yang lebih reflektif dan filosofis. Dalam metode kualitatif, hermeneutika berfungsi sebagai upaya memahami makna tidak hanya dari struktur tanda, tetapi juga dari konteks, sejarah, dan horizon pemahaman penafsir. Paul Ricoeur memandang hermeneutika sebagai proses dialogis antara teks dan penafsir, di mana makna tidak bersifat final, melainkan terus terbuka untuk ditafsirkan ulang (Ricoeur, 1981).

Dalam pandangan Ricoeur, teks termasuk teks visual memiliki otonomi makna yang memungkinkan ia berbicara melampaui intensi awal penciptanya (Ricoeur, 2014). Prinsip ini menjadi dasar penting dalam membaca maskot PSSI “Shakti” secara hermeneutik. Maskot tidak diperlakukan semata sebagai hasil keputusan

desain institusional, tetapi sebagai simbol budaya yang maknanya hidup dalam ruang sosial dan dapat dimaknai secara beragam oleh publik.

Pendekatan hermeneutika dalam penelitian ini diarahkan untuk menafsirkan bagaimana maskot Shakti merepresentasikan gagasan strategi peradaban dalam konteks sepak bola nasional. Strategi peradaban dipahami sebagai upaya simbolik untuk membentuk orientasi nilai, kesadaran kolektif, dan imajinasi masa depan melalui representasi visual. Tafsir hermeneutik memungkinkan peneliti untuk membaca makna tersebut tidak secara literal, tetapi sebagai wacana nilai yang dinegosiasikan antara institusi, desain, dan masyarakat.

Dalam metode kualitatif, proses tafsir ini dilakukan melalui pembacaan berulang terhadap teks visual, refleksi teoritis, serta dialog kritis dengan konteks sosial-historis sepak bola Indonesia. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Gadamer yang menekankan pentingnya horizon pemahaman dan keterlibatan penafsir dalam proses interpretasi (Gadamer, 2004).

Dengan demikian, hermeneutika dalam penelitian ini berfungsi sebagai pendalaman makna yang melampaui deskripsi dan klasifikasi tanda. Ia memungkinkan maskot PSSI “Shakti” dipahami sebagai simbol peradaban visual, yakni representasi yang tidak hanya mencerminkan nilai yang ada, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk cara pandang dan kesadaran kolektif masyarakat terhadap sepak bola nasional.

d. Maskot Sebagai Produk Desain Karakter Visual

Dalam disiplin Desain Komunikasi Visual, maskot secara umum dipahami sebagai produk desain karakter yang dirancang untuk merepresentasikan identitas, kepribadian, dan nilai suatu entitas. Rachmat (2016) menyatakan bahwa desain karakter merupakan hasil konstruksi visual yang sengaja dibentuk melalui pilihan bentuk, warna, gestur, dan ekspresi untuk menghadirkan citra tertentu yang dapat dikenali dan diingat oleh audiens. Dalam pengertian ini, maskot bekerja sebagai medium komunikasi visual yang menjembatani institusi dengan publiknya.

Namun, pemahaman maskot sebagai produk desain karakter tidak berhenti pada aspek fungsional dan estetis semata. Budiman (2011) menegaskan bahwa setiap representasi visual selalu membawa muatan ideologis dan kultural, karena

visual lahir dari konteks sosial dan sejarah tertentu. Dengan demikian, maskot dapat dipandang sebagai teks budaya, yakni bentuk representasi visual yang mengandung sistem tanda dan makna yang dapat dibaca, ditafsirkan, dan diperdebatkan.

Sebagai teks budaya, maskot tidak hanya menyampaikan pesan eksplisit, tetapi juga membangun narasi implisit mengenai nilai-nilai yang ingin dinormalisasi. Barthes (2007) menyebut proses ini sebagai mitologisasi, yaitu ketika representasi visual bekerja untuk menaturalisasi nilai tertentu sehingga tampak wajar dan diterima sebagai kebenaran bersama. Dalam konteks maskot PSSI “Shakti”, desain karakter tidak hanya merepresentasikan figur simbolik sepak bola, tetapi juga mengartikulasikan gagasan tentang kekuatan, persatuan, dan martabat nasional.

e. Estetika Visual

Estetika visual dalam penelitian ini dipahami bukan sebagai persoalan keindahan semata, melainkan sebagai pengalaman makna yang dialami subjek ketika berhadapan dengan representasi visual. Dalam pendekatan kualitatif, estetika diperlakukan sebagai ranah pengalaman inderawi dan reflektif yang memungkinkan nilai, emosi, dan ideologi hadir secara bersamaan dalam kesadaran penikmat visual. Pandangan ini sejalan dengan pemikiran Baumgarten yang sejak awal menempatkan estetika sebagai ilmu tentang pengetahuan inderawi (aisthesis), yakni cara manusia memahami dunia melalui pengalaman sensorik (Welsch, 1997).

Dalam konteks desain komunikasi visual, pengalaman estetis tidak bersifat netral, melainkan diarahkan melalui pilihan bentuk, warna, komposisi, dan gestur visual. Kartika (2017) menegaskan bahwa estetika visual bekerja pada dua lapisan utama, yaitu lapisan fisik yang berkaitan dengan persepsi inderawi, serta lapisan psikis yang berkaitan dengan emosi dan makna. Kedua lapisan ini tidak berdiri terpisah, melainkan saling berkelindan dalam membentuk pengalaman visual yang utuh.

Maskot PSSI “Shakti” dapat dibaca sebagai konstruksi estetika yang sengaja dirancang untuk menghadirkan pengalaman makna tertentu. Secara visual, Shakti menampilkan figur dengan postur dinamis, ekspresi tegas, dan warna-warna kontras yang kuat. Pada tataran perseptual, elemen-elemen ini memunculkan kesan energi, kesiapsiagaan, dan kekuatan. Namun, dalam pembacaan kualitatif,

kesan tersebut tidak berhenti sebagai sensasi visual, melainkan bergerak menuju pemaknaan simbolik yang lebih dalam.

Pengalaman estetis terhadap Shakti berkelindan dengan konteks sosial dan historis sepak bola Indonesia. Sepak bola tidak hanya dipahami sebagai olahraga, tetapi sebagai ruang emosi kolektif, harapan, dan identitas nasional. Oleh karena itu, estetika visual Shakti dapat dimaknai sebagai upaya menghadirkan figur simbolik yang mampu menampung dan merepresentasikan intensitas emosi tersebut. Dewey (2005) menyatakan bahwa pengalaman estetis selalu terkait dengan pengalaman hidup, di mana objek seni memperoleh maknanya melalui relasi dengan konteks sosial dan pengalaman manusia.

Dalam metode kualitatif, estetika visual dianalisis melalui deskripsi mendalam dan refleksi interpretatif terhadap pengalaman makna yang dihadirkan oleh objek visual. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana estetika Shakti bekerja sebagai medium komunikasi nilai, bukan sekadar sebagai daya tarik visual. Estetika dipahami sebagai jembatan antara bentuk visual dan kesadaran kolektif, tempat nilai keberanian, semangat juang, dan kebanggaan nasional direpresentasikan secara simbolik.

Dengan demikian, estetika visual Shakti tidak dapat direduksi menjadi persoalan selera atau preferensi visual. Ia merupakan bagian dari strategi komunikasi visual yang bekerja pada tingkat pengalaman makna, membentuk cara pandang dan sikap emosional audiens terhadap sepak bola nasional. Dalam kerangka Desain Komunikasi Visual, pemahaman estetika sebagai pengalaman makna ini menegaskan bahwa desain memiliki peran reflektif dan kultural, yakni menghadirkan ruang perjumpaan antara visual, nilai, dan peradaban.

D. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-interpretatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami makna yang terkandung dalam representasi visual secara mendalam, sebagaimana dikemukakan oleh Creswell (2014) bahwa penelitian kualitatif berfokus pada pemaknaan terhadap fenomena sosial dan budaya dari perspektif peneliti dalam dialog dengan data.

Jenis penelitian deskriptif-interpretatif digunakan untuk menggambarkan secara rinci elemen-elemen visual maskot PSSI “Shakti”, sekaligus menafsirkan makna sosial, historis, dan estetis yang terkandung di dalamnya. Dengan demikian, penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis, melainkan untuk membangun pemahaman konseptual mengenai peran maskot sebagai strategi peradaban visual.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah maskot resmi PSSI “Shakti” sebagai produk desain karakter visual. Maskot diperlakukan sebagai teks visual yang mengandung sistem tanda dan makna simbolik. Subjek penelitian tidak didefinisikan sebagai individu responden, melainkan sebagai konteks sosial dan kultural yang melingkupi kemunculan dan penggunaan maskot tersebut, khususnya dalam ranah sepak bola nasional.

Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Ricoeur (2014) yang menempatkan teks sebagai entitas otonom yang dapat ditafsirkan tanpa harus bergantung sepenuhnya pada intensi penciptanya. Dengan demikian, fokus penelitian diarahkan pada struktur visual dan makna yang dihasilkan, bukan pada preferensi personal audiens secara kuantitatif.

Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer berupa representasi visual maskot PSSI “Shakti”, termasuk bentuk karakter, warna, ekspresi, gestur, dan atribut visual lainnya. Data ini diperoleh melalui observasi visual mendalam terhadap materi resmi yang menampilkan maskot tersebut.

Data sekunder berupa literatur akademik yang relevan dengan kajian desain komunikasi visual, estetika, semiotika, hermeneutika, serta konteks sosial dan historis sepak bola Indonesia. Literatur tersebut meliputi buku, jurnal ilmiah, dan sumber tertulis lain yang memiliki otoritas akademik (Sugiyono, 2017).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan observasi visual. Studi pustaka digunakan untuk membangun kerangka teoretis dan konseptual penelitian, sementara observasi visual dilakukan untuk mengamati secara sistematis elemen-elemen visual maskot Shakti.

Observasi visual dalam penelitian kualitatif tidak bersifat mekanis, melainkan reflektif. Peneliti melakukan pengamatan berulang terhadap objek visual untuk menangkap detail-detail yang bermakna, serta mencatat relasi antara bentuk visual dan konteks sosial yang melingkupinya.

Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Rose (2016) yang menekankan pentingnya analisis visual sebagai praktik interpretatif.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap dan berlapis. Tahap pertama adalah deskripsi visual, yaitu pemaparan rinci mengenai elemen-elemen visual maskot Shakti secara denotatif. Tahap kedua adalah analisis semiotik, yang bertujuan mengidentifikasi makna konotatif dan relasi tanda dalam struktur visual maskot, merujuk pada kerangka semiotika Roland Barthes (2010).

Tahap ketiga adalah penafsiran hermeneutik, yang digunakan untuk memahami makna ideologis dan filosofis di balik tanda-tanda visual tersebut. Penafsiran ini dilakukan melalui dialog antara teks visual, teori, dan konteks sosial-historis, sebagaimana dikemukakan oleh Ricoeur (1981). Proses analisis ini bersifat siklik, di mana peneliti dapat kembali pada tahap sebelumnya untuk memperdalam

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif tidak diukur melalui reliabilitas statistik, melainkan melalui konsistensi interpretasi dan kedalaman analisis. Penelitian ini menggunakan triangulasi teori, yaitu membandingkan dan mengaitkan berbagai perspektif teoretis untuk memperkuat penafsiran data (Moleong, 2017).

Selain itu, keabsahan dijaga melalui kejelasan proses analisis dan argumentasi yang logis, sehingga pembaca dapat mengikuti alur penafsiran yang dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, validitas penelitian terletak pada koherensi antara data, teori, dan kesimpulan yang dihasilkan.

Melalui metodologi ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang mendalam dan reflektif mengenai maskot PSSI “Shakti” sebagai strategi peradaban visual dalam konteks Desain Komunikasi Visual.

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

PSSI memperkenalkan maskot baru untuk Timnas Indonesia. Figur bernama Shakti ini adalah burung Garuda berkepala putih dengan jersey merah. Figur bernama Shakti ini adalah burung Garuda berkepala putih dengan jersey merah dan simbol-simbol yang ternyata mengandung sederet makna filosofis

Shakti merupakan karya Is Yuniarto yang diputuskan menang dalam sayembara desain maskot yang ditaja PSSI sejak Januari 2024 lalu. Dilansir dari laman resmi PSSI, dari total 388

peserta yang mendaftarkan karyanya, terpilih 8 karya terbaik pilihan para juri. Kemudian dilakukan voting terbuka secara umum untuk menentukan tiga terbaik. Hasilnya, tiga karya hasil voting yaitu “Gatara” oleh Hamdan Dwi Prasetya, “Sigara” oleh Moh. Fadel dan “Shakti” oleh Is Yuniarto. Penjurian tiga besar diselenggarakan Official Garuda Store GBK Jakarta pada Rabu, 31 Juli 2024.

Shakti rencananya akan diperkenalkan ke publik pada 10 September 2024, saat pertandingan Indonesia menjamu Australia di babak Kualifikasi Piala Dunia 2026 ronde ketiga grup C.



Gambar 1. Contoh Maskot PSSI : Shakti
(Sumber: statik.tempo.co)

a. Analisis Mascot PSSI

Shakti Sang Garuda sendiri memiliki tiga makna filosofi tersendiri. Pertama Garuda merujuk pada simbol identitas berbagai wilayah di Indonesia, Shakti juga melambangkan semangat tradisi Nusantara, di mana itu meliputi bersahaja, kekuatan, optimisme, dan usaha. Keseluruhan elemen yang menyebar pada maskot berbentuk Garuda itu, melebur ke dalam satu kesatuan Shakti. Elemen-elemen maskot baru Timnas, Shakti juga dibalut warna Merah Putih sesuai dengan bendera Indonesia.

Tabel 1. Tanda-Tanda Visual Maskot PSSI

No	Tanda Visual Dalam Maskot PSSI
1	Sayap corak batik gurda
2	Dahi motif afuiyak wow
3	Mata Netra thelengan
4	Paruh pucuk rubuang

(Sumber: image.popbela.com)

1) Karakteristik desain

Sebagaimana penampakan desain nya “shakti” merupakan burung dengan penampilan yang sangat unik di selimuti bulu berwarna putih pada kepala dan seluruh tubuhnya, “shakti menggunakan baju jersey berwarna merah khas Timnas Indonesia.

Dengan demikian, elemen warna yang jelas mendominasi adalah merah dan putih. Pemilihan ini tidak lain dan tidak bukan ditujukan untuk menonjolkan identitas negara Indonesia

Beralih ke bagian kepala, "Shakti" tampak istimewa dengan beberapa motif khas dan unik pada bagian dahi, kedua mata, paruh, dan kedua sisi kepalanya yang tampak seakan memiliki dua buah sayap dengan perpaduan warna yang selaras dan bersatu dengan emas.

Khusus motif pada bagian dahi "Shakti," desainnya terinspirasi dari motif ukir Afuiyak Wow khas suku Asmat di Papua. Motif ini melambangkan tali perut ikan berwarna biru yang mengandung pesan penting untuk dilestarikan, yaitu hidup manusia harus berusaha.

Sementara itu, desain motif pada kedua mata "Shakti" terinspirasi dari salah satu bentuk wayang kulit yang disebut Netra Thelengan. Berbeda pula dengan desain motif paruh yang adalah corak ragam hiasan songket, Pucuk Rabuang, khas Minang dan daerah Sumatera.

Tidak ketinggalan, motif pada kedua sisi kepala "Shakti," dijelaskan bahwa desainnya memamerkan corak batik khas Yogyakarta dan Solo yang dikenal dengan nama Batik Gurdo. Tahukah kamu? Motif ini memiliki makna sebagai simbol kekuatan.

Sementara itu, paruh Shakti terdapat Pucuk Rabuang, di mana itu merupakan songket khas Minang, Sumatera Barat. Artinya, tidak mudah rebah ketika menghadapi angin kencang. Selain itu, paruhnya juga bermakna optimisme yang terus tumbuh.

Di sisi lain maskot baru timnas Indonesia ini juga didominasi lima warna. Kelima warna tersebut antara lain: merah-putih yang melambangkan Indonesia, kuning yang menandakan semangat, serta hijau-biru bermakna Tanah Air dan dunia.

2) Makna desain



Gambar 2: (contoh makna elemen maskot PSSI)
(Sumber: image.popbela.com)

Dirancang dengan sedemikian rupa, Is Yuniarto menjelaskan bahwa maskot baru Timnas

Sepak Bola Indonesia merupakan simbol identitas berbagai wilayah Indonesia. Maka dari itu, desainnya memang melibatkan berbagai corak budaya dari daerah-daerah di Indonesia.

Dari situlah, "Shakti" diharapkan dapat hadir bukan sekadar sebagai maskor yang menarik, tetapi sebagai perwakilan dari semangat juang dan keberagaman bangsa Indonesia dalam tradisi Nusantara, usaha, kekuatan, optimisme, dan nilai-nilai Indonesia yang bersahaja.

Dengan begitu, nilai-nilai positif yang sengaja ditonjolkan dalam desain maskot "Shakti" dapat menginspirasi masyarakat untuk bersatu dan terus membangkitkan semangat nasionalisme.

Sungguh makna dan tujuan yang sarat akan nilai-nilai terpuji, bukan? Semoga setiap detail desain yang dipadupadankan dengan harapan positif bagi Indonesia dan dunia sepak bola Indonesia ini dapat senantiasa dirasakan dan hidup untuk perubahan positif.

F. KESIMPULAN

Kesimpulan mengenai strategi peradaban maskot PSSI "Shakti" karya Is Yuniarto merupakan jalur bagi maskot untuk membentuk perspektif dalam seekor burung Garuda berkepala putih dengan jersey merah dapat dirangkum dalam perspektif sosial, historis, dan estetika sebagai simbol penguat identitas nasional dan semangat juang sepak bola Indonesia.

Perspektif social (identitas pemersatu) Shakti berfungsi sebagai representasi sosial yang menyatukan suporter. Ia melambangkan optimisme, persahabatan, dan semangat tradisi nusantara yang bersahaja. Sebagai maskot, Shakti bertujuan membangun ikatan emosional antara timnas dan pendukungnya, serta meningkatkan kebanggaan nasional melalui elemen Merah Putih yang dominan

Perspektif historis (tradisi semangat dan garuda) Shakti mengakar pada simbol historis bangsa, yaitu Garuda, yang mencerminkan kekuatan dan karakter Indonesia. Penggunaan elemen batik gurdoha (Solo-Jogja) pada telinga dan makna filosofis "Shakti" (kekuatan/energi) menegaskan upaya PSSI untuk membawa nilai-nilai sejarah perjuangan bangsa ke dalam konteks modern.

Perspektif estetika (modern dan filosofis) Secara visual, Shakti dirancang dengan gaya modern yang mencampurkan unsur tradisional (batik) dan seni wayang kulit (mata netra telengan).

Maskot ini menonjolkan elemen desain yang sarat makna, seperti lambang *avuyakwau* di dahi (semangat juang) dan *pacuakra buuang* di depan paruh (fokus tujuan). Karya Is Yuniarto (Bumilangit) ini dipilih karena kombinasi visual yang menarik (merah, putih, kuning, biru, hijau) dan filosofi yang mendalam.

Secara keseluruhan, Shakti adalah strategi branding PSSI untuk menciptakan wajah baru timnas yang berkarakter, modern, namun tetap berakar pada budaya Indonesia, sekaligus meningkatkan daya tarik komersial (merchandise) dan atmosfer pertandingan

G. DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, R. (2007). *Mythologies*. New York: Hill and Wang., Landasan Teori Semiotika.
- Barthes, Roland (2010). *Elements of Semiology*, Menjadi fondasi analisis semiotika.
- Budiman, Kris (2011). *Semiotika Visual*. Memperkuat posisi maskot sebagai teks budaya, Menegaskan bahwa visual tidak pernah netral, tetapi selalu mengandung muatan ideologis.
- Creswell, John W. (2014). *Research Design*, Menjadi landasan metodologis untuk pendekatan kualitatif interpretatif.
- Dewey, John (2005). *Art as Experience*, Digunakan untuk menjelaskan estetika visual Shakti sebagai pengalaman emosi kolektif.
- Gadamer, Hans-Georg (2004). *Truth and Method*, memperkuat pendekatan hermeneutika.
- Kartika, Dharsono Sony (2017). *Estetika*, rujukan utama estetika dalam konteks seni dan desain di Indonesia.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Memperkuat legitimasi metode kualitatif.
- Ricoeur, Paul (1981). *Hermeneutics and the Human Sciences*, membaca maskot sebagai teks visual otonom.
- Ricoeur, Paul (2014). *Time and Narrative*, Memperluas hermeneutika ke dimensi naratif dan historis, Mengaitkan visual dengan kontinuitas makna historis.
- Rose, Gillian (2016). *Visual Methodologies*, rujukan metode analisis visual sebagai praktik interpretatif.
- Sobur, Alex (2009). *Semiotika Komunikasi*, rujukan dasar semiotika yang sistematis.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Mendukung justifikasi metode kualitatif.
- Welsch, Wolfgang (1997). *Undoing Aesthetics*. Memberikan perspektif filsafat kontemporer tentang estetika sebagai pengalaman
- Tempo.co, jakarta. (2024, 04 Agustus). PSSI kenalkanshakti, *Tangerang7.com*, diambil dari <https://www.tempo.co/olahraga/pssi-kenalkan-shakti-maskot-baru-timnas-indonesia-apa-filosofinya--31424>
- POPBELA.com, (2024, 08 Agustus). Maskot baru timnas . *popbela.com*, diambil dari <https://www.popbela.com/lifestyle/news/pssi-kenalkan-shakti-maskot-baru-timnas-sepak-bola-indonesia-00-yl7dn-p618mm>
- Revi ryan . (2024, 05 agustus). Makna dari mascot <https://www.harapanrakyat.com/2024/08/begini-makna-shakti-sang-maskot-baru-timnas-indonesia-karya-is-yuniarto/>