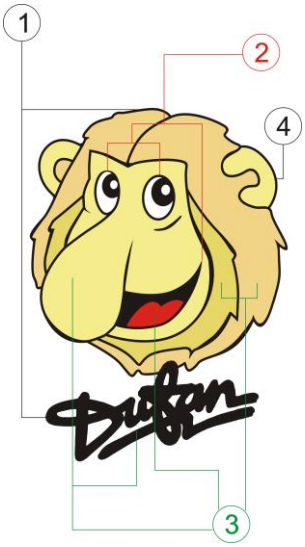
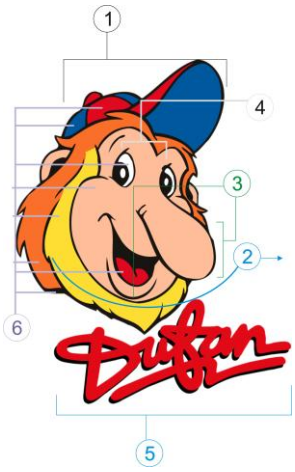
BAB IV
PEMAPARAN VISUAL LOGO DUNIA FANTASI & APLIKASI MASKOT DUNIA FANTASI

4.1. Perkembangan Logo Dunia Fantasi

Dunia Fantasi pernah melakukan dua kali pembaharuan logo semenjak diresmikan pada tahun 1986 dan hanya sedikit perbedaan dari logo awal dengan logo yang telah diperbaharui pada tahun 1994, dan kembali dilakukan perubahan pada tahun 2004. Perubahan tersebut membenarkan tentang teori bahwa berkembangnya peradaban, teknologi, pola pikir, dan budaya membuat persepsi dan pemanfaatan sebuah logo pun turut berkembang, Dunia Fantasi adalah sebuah *theme park* yang dengan kata lain sangat dekat hubunganya dengan teknologi, tidak semua logo perusahaan mengikuti perkembangan yang mengharuskan mereka merubah logo, namun bila dikaitkan dengan misi Dunia Fantasi yang berupaya menjadi sarana rekreasi yang selalu berkembang dan terdepan dengan menggunakan produk dan pelayanan prima untuk memberikan pengalaman fantastik melalui karya profesional dan berteknologi, mengikuti trend visual sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan merupakan hal yang mau tidak mau harus dilakukan seandainya Dunia Fantasi ingin tetap ber-eksistensi dalam industri pariwisata Indonesia khususnya dalam lingkup perusahaan jenis *theme park.*

Berikut analisa dasar dalam bentuk tabel :

No.	Tahun	Logo	Analisa
1.	1986		Logo pertama yang dipakai Dunia Fantasi berupa personifikasi karakter kera bekantan bernama Dufan, berikut deskripsi logo : 1. Kepala karakter tersebut dipakai sebagai *logogram* dan tanda tangan karakter tersebut sebagai *logotype.* 2. Karakter Dufan sedang tersenyum sembari memandang ke atas seolah sedang membayangkan sesuatu atau berfantasi. 3. Teknik gambar *logogram* dan *logotype* menggunakan teknik pewarnaan yang solid tanpa gradasi maupun gelap terang. 4. Logo menggunakan *outline* hitam sebagai pembatas antar bagian.

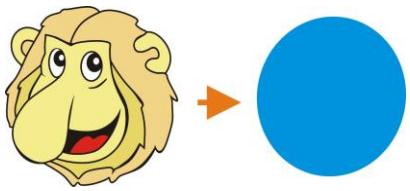
2.	1994		Pada tahun 1994 Dunia Fantasi melakukan perubahan pada logo, dengan perubahan gestur wajah dan warna, berikut deskripsi logo : 1. Karakter Dufan kini memakai topi. 2. Wajah Dufan menoleh ke arah berlawanan dengan logo sebelumnya. 3. Hidung lebih kecil dibanding logo sebelumnya, dan ketebalan bibir terlihat dengan bantuan garis. 4. Bola mata seolah menatap bagi yang melihatnya. 5. *Logotype* berwarna merah dengan tambahan bayangan berwarna hitam dengan derajat kemiringan lebih rendah. 6. Teknik gambar dan pewarnaan masih sama dengan logo sebelumnya dengan menggunakan warna solid dan *outline* hitam.

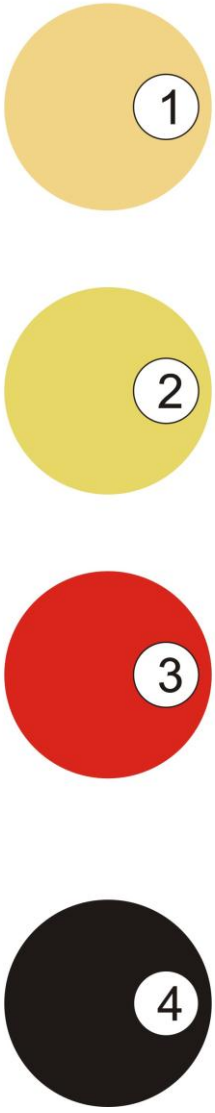
3.	2004		Pada tahun 2004 Dunia Fantasi kembali merubah logo dengan perubahan pada teknik pewarnaan dengan bentuk logo yang sama seperti logo Dunia Fantasi pada tahun 1994, logo menggunakan teknik *air brush* tanpa *outline* hitam sehingga terlihat lebih berdimensi. *Logotype* berwarna pelangi dengan ukuran lebih besar dibandingkan logo sebelumnya.

Tabel IV.1. Analisa Perubahan Logo Dunia Fantasi pada tahun 1986, 1994, 2004.

Sebagai wajah dari sebuah perusahaan atau produk dan diharuskan mempresentasikan perusahaan tersebut dengan sesingkat-singkatnya, sebuah logo dalam dunia desain grafis dua dimensi yang pertama kali dikenali manusia adalah bentuk dasar, kedua adalah warna, dan ketiga adalah tipografi.

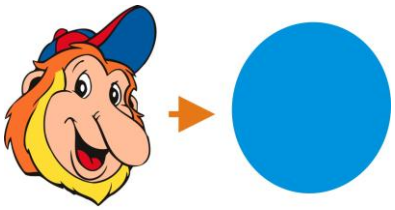
Berikut analisa unsur logo berupa tabel :

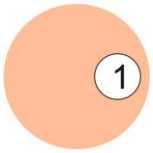
No.	Unsur Pembentuk Logo		Analisa
1.	Bentuk dasar		Bentuk dasar merupakan lingkaran, yang berarti dinamis, abadi, kualitas, dapat diandalkan, sempurna, matahari, kehidupan, semesta.

2.	Warna	 	1. Coklat muda dihubungkan dengan kesederhanaan abadi, identik dengan warna tanah dan kayu. Coklat memiliki karakter yang hangat. 2. Kuning pucat, mendekati warna coklat, memiliki sifat yang hangat. 3. Warna merah merupakan warna yang penuh energi, berasosiasi dengan sesuatu yang membangkitkan selera, kegairahan dan emosi. 4. Hitam bersifat keabadian, keanggunan, kematangan berpikir dan kedalaman akal yang menghasilkan karya.

3.	Tipografi		*Logotype* berlfalkan Dufan ini dipresentasikan sebagai tanda tangan karakter Dufan, merupakan jenis huruf *script* atau huruf tulis, huruf *script* memang melelahkan seandainya dipakai untuk teks yang panjang, namun memiliki sifat lebih akrab dan bersahabat seandainya dipergunakan pada teks yang pendek.

Tabel IV.1 Analisa Unsur Logo Dunia Fantasi tahun 1986 – 1994.

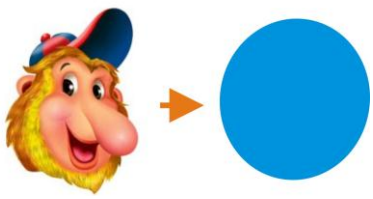
No.	Unsur Pembentuk Logo		Analisa
1.	Bentuk dasar		Bentuk dasar masih memiliki kesamaan dengan logo sebelumnya.

2.	Warna	  	1. Warna kulit manusia ini mengartikan bahwa sosok karakter Dufan dibuat lebih manusiawi dari sebelumnya, mendekati warna coklat muda yang terkesan hangat. 2. Warna kuning tua berarti hangat, warna pada janggut Dufan tersebut dibuat lebih kontras dengan warna rambut pada logo sebelumnya. 3. Warna jingga, berarti muda, kreatif, akrab, dinamis dan bersahabat. Warna jingga memancarkan warna keceriaan.

			4. Warna merah pada *logotype* bermaksud lebih menonjolkan kehadiranya dibanding logo sebelumnya, hal tersebut dikarenakan warna merah adalah warna yang memiliki gelombang paling panjang dibandingkan warna lain, sehingga warnaa inilah yang paling cepat ditangkap mata. 5. Biru tua berarti damai, kebijakan, kematangan, berintelegensi tinggi sesuai dengan Dunia Fantasi yang berkecimpung dalam hal yang berbau teknologi.

			6. Hitam pada logo ini tidak begitu dominan karena hanya berfungsi sebagai *outline* dan bayangan dari *logotype* sehingga tampak lebih berdimensi.
3.	Tipografi		*Logotype* tidak ada perubahan dalam bentuk, dibanding *logotype* sebelumnya terdapat penambahan bayangan agar tampak lebih berdimensi serta sudut kemiringan yang lebih rendah.

Tabel IV.2. Analisa Unsur Logo Dunia Fantasi tahun 1994 – 2004.

No.	Unsur Pembentuk Logo		Analisa
1.	Bentuk dasar		Bentuk dasar masih memiliki kesamaan dengan logo sebelumnya.

2.	Warna		Warna pada logo Dunia Fantasi yang masih dipakai hingga sekarang ini tidak memiliki perubahan pada warna dasar kecuali pada bagian *logotype*. Pada *logogram* warna pada logo diberikan gradasi gelap terang. Warna pada *logotype* merupakan gradasi dari warna pelangi, yang melambangkan keceriaan, impian, dan fantasi.
3.	Tipografi		*Logotype* tetap berbentuk sama dengan *logotype* sebelumnya, namun ukuran dalam kombinasi dengan *logogram* dibuat sedikit lebih besar dibanding logo sebelumnya.

Tabel IV.4. Analisa Unsur Logo Dunia Fantasi periode tahun 2004 hingga sekarang.

4.2. Analisa Aplikasi Logo Dunia Fantasi

Hubungan sebuah teknik visual sangat erat dengan perkembangan teknologi, seperti logo yang juga turut berkembang. Karakter Dufan merupakan logo yang juga dijadikan maskot utama Dunia Fantasi, oleh karena demikian tentunya aplikasi terhadap maskot pun turut berubah. Perubahan – perubahan tersebut didasari kesinambungan terhadap logo, namun tidak terkecuali perbedaan visual terjadi karena keterbatasan teknologi aplikasi, yang dimaksud dengan kesinambungan adalah ketika peng-aplikasian tersebut masih dipersepsikan sebagai karakter Dufan, sehingga persamaan yang sama persis tidak harus dilakukan selama ciri khas dari Dufan tersebut masih dapat terlihat.

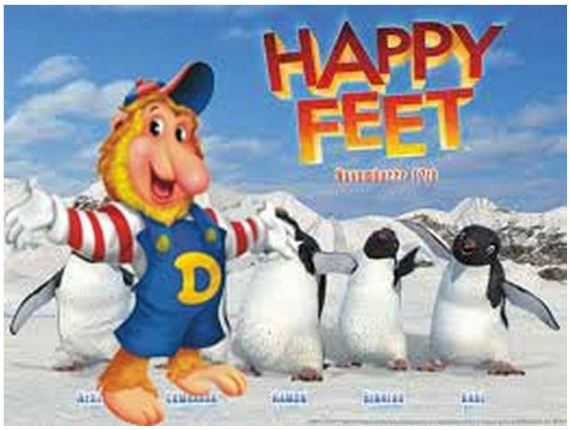
Berikut analisa karakter Dufan dalam illustrasi dengan teknik illustrasi yang sama melalui tabel :

No.	Tahun	Illustrasi	Analisa
1.	1986 - 1994		Rambut berwarna coklat tua dengan fashion yang sedang trend pada masanya, teknik memang menggunakan *air brush* namun secara visual gaya illustrasi lebih mendekati tokoh kartun dibandingkan mahluk hidup yang sebenarnya, hal tersebut dilihat berdasarkan segi pewarnaan gelap terang yang di aplikasikan kepada karakter Dufan.

2.	2004 - sekarang		Teknik illustrasi sama dengan gaya yang sebelumnya, namun dengan warna dan postur yang lebih manusiawi membuat Dufan tampak lebih hidup dari sebelumnya, dengan inisial "D" yang melambangkan namanya, serta gelap terang yang realis dan tingkat ke-detailan yang lebih tinggi dilihat dari bulu yang divisualisasikan lebih mendetail sehingga lebih realistis dan dinamis.

Tabel IV.5. Analisa illustrasi karakter Dufan tahun 1986 dan 2004

Pembaharuan tersebut memang memberikan pengaruh bagi sinkronisasi Dunia Fantasi terhadap teknologi, sebagai contoh ketika animasi 3D mulai mewabah dan salah satu film animasi 3D dari studio animasi Australia Abimal Logic yang berjudul Happy Feet dijadikan salah satu wahana di Dunia Fantasi sebagai teater simulator, teknik visual karakter Dufan saat ini bisa di sandingkan dengan karakter film Happy Feet yang merupakan karakter animasi 3D yang memakai teknologi tinggi dalam pembuatanya.



Gambar IV.28. Dufan dan karakter film Happy Feet

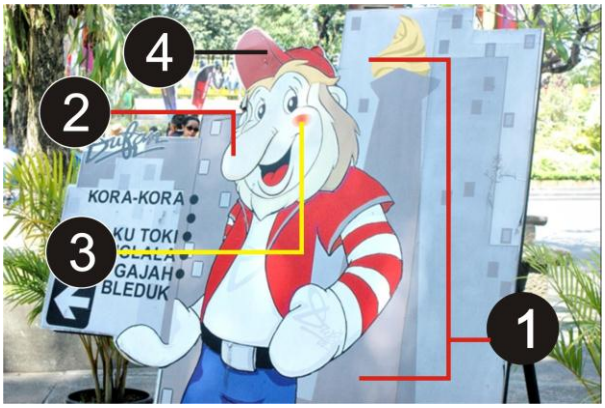
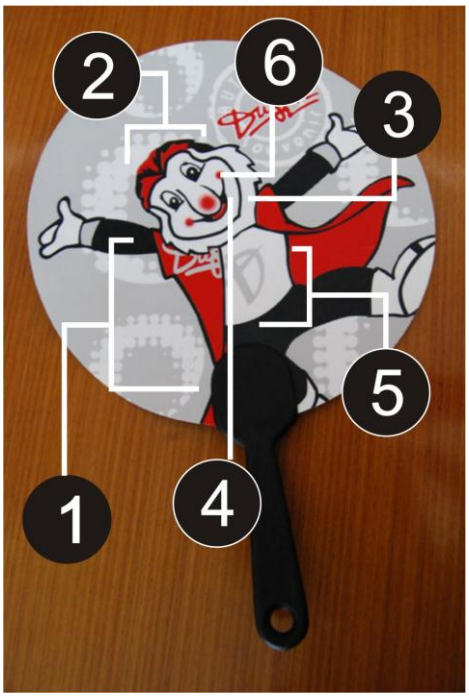
Sumber : http://www.ancol.com

(14 Juni 2012)

Aplikasi yang berkesinambungan dengan logo Dunia Fantasi diaplikasikan ke berbagai media baik dua dimensi ataupun tiga dimensi seperti patung, *sign*, *merchandise*, hingga serial animasi yang ditampilkan di layar kaca. Perbedaan secara visual baik gestur ataupun warna tetap membawa sisi ciri khas karakter Dufan yang sudah menjadi *trademark* Dunia Fantasi, dengan hidung besarnya, rambutnya, dan senyuman karakter tersebut.

Berikut analisa contoh aplikasi karakter Dunia Fantasi dalam tabel :

No.	Aplikasi	Analisa Perbedaan
1.	 Patung Dufan	1. Kostum berbeda dengan karakter Dufan 2. Dufan disini tidak memiliki janggut berwarna jingga 3. Warna kulit yang lebih terang.
2.	 Patung Dufan dan Dufi	1. Dengan kostum yang berbeda 2. Jarak antar mata yang lebih jauh 3. Warna merah pada bibir 4. Warna biru pada daerah sekeliling mata

3.	 *Sign System*	1. Kostum yang berbeda 2. Kulit Dufan berwarna putih 3. Warna pipi yang merah merona 4. Warna topi tanpa warna biru
4.	 *Merchandise* Kipas	1. Kostum berbeda 2. Rambut berwarna merah 3. Janggut berwarna putih 4. Kulit berwarna putih 5. Tubuh Dufan lebih ramping 6. Rona merah pada pipi

6.	 Boneka animatronik Dufan	1. Janggut berwarna putih 2. Jarak antara bola mata lebih jauh 3. Postur tubuh tidak sesuai dengan ukuran baju dan tampak kebesaran.

Tabel IV.6. Analisa Aplikasi karakter Dufan tahun 2012

Warna pada sebuah logo merupakan bagian yang vital dalam sebuah logo, konsistensi warna berpengaruh dengan nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh logo kaerna perbedaan arti dari setiap warna itu sendiri. Dalam pengaplikasianya, warna latar belakang logo juga mempengaruhi tingkat keterbacaan, oleh karena itu dalam sebuah manual logo terdapat aturan warna yang dianjurkan dipakai juga tidak di anjurkan. Dunia Fantasi seringkali mengadakan promo menggunakan media cetak seperti brosur, baik dalam bentuk kerja sama dengan usaha lain maupun promosi yang dilakukan Dunia Fantasi sendiri. Pakem sebuah logo patut di ikuti oleh mereka yang menggunakan logo tersebut dalam berbagai media, dengan berbagai pertimbangan logo diharuskan tetap terlihat sebagaimana mestinya.

Gambar IV.29. Penambahan gambar balon kata sebagai *background* logo

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2012)

Dunia Fantasi memberikan tambahan visual balon kata sebagai *background* logo guna mempertahankan tingkat keterbacaan logo dalam beberapa brosur promosinya. Kebijakan tersebut memiliki dua fungsi, yang pertama adalah warna putih lebih membuat logo Dunia Fantasi lebih kontras terlihat, yang kedua adalah manfaat dari makna balon kata yang menginterpresentasikan media bahasa komunikasi yang digunakan dalam cerita bergambar atau komik, sehingga timbul komunikasi yang berbeda dibandingkan pemakaian tanpa pemakaian balon kata.

Balon kata atau *speech bubble* menurut Kogan (2007), merupakan metode yang paling mendasar dalam memperlihatkan sebuah dialog dalam sebuah komik atau kartun dan sebagai pembeda antara gambar dan dialog. Pemanfaatan balon kata kian meluas dan tidak hanya dipakai dalam komik saja, dan tidak harus dialog seseorang yang berucap dalam sebuah komikm dan tidak harus berupa dialog secara tertulis.

4.3. Kera Bekantan Sebagai Logo Dunia Fantasi

Kera Bekantan yang bernama latin *Nasalis Larvatus,* merupakan salah satu satwa langka yang hanya hidup di Pulau Kalimantan, Indonesia. Sosok kera berhidung besar dan panjang dengan perut buncit tersebut merupakan sosok sebenarnya dari karakter Dufan, Dunia Fantasi memakai sosok tersebut dengan alasan kelangkaan hewan tersebut dan keberadaanya yang hanya ada di Indonesia.

Gambar IV.30. Kera Bekantan dan Logo Dunia Fantasi

Sumber : Departemen Perencanaan dan Desain Dunia Fantasi

http://www.wisatakaltim.com

Analisa pemilihan kera bekantan sebagai logo Dunia Fantasi dengan rujukan dari hasil wawancara terhadap Ketua Departemen Perencanaan dan Desain Dunia Fantasi serta Ketua Divisi Kreatif Departemen Perencanaan PT. Jaya Ancol. Tbk dan Manual Mutu Dunia Fantasi, pemilihan sosok kera bekantan bukan hanya kelangkaan dan keberadaanya yang ada di Indonesia saja, alasan lain diantaranya adalah salah satu referensi Dunia Fantasi yaitu *theme park* Disneyland yang memakai Mickey Mouse sebagai maskot utama mereka, Dunia Fantasi ingin meraih kesuksesan yang sama dengan pemakaian sosok personifikasi hewan dimana Disneyland memakai sosok tikus yang cerdik yang dikenal hampir di seluruh dunia seperti Mickey Mouse. Pemakaian sosok karakter sebagai poin utama yang dilakukan Disneyland agar lebih diketahui dan menarik banyak pengunjung memang merupakan kasus yang berbeda dibandingkan Dunia Fantasi karena Mickey Mouse

sudah lebih dikenal sebelum Disneyland dibangun, Mickey Mouse sudah dikenal sebagai karakter yang diciptakan Walt Disney sebagai tokoh komik dan animasi. Dunia Fantasi mengawali dengan langkah berbeda yaitu memakai sosok karakternya sebagai logo yaitu karakter Dufan.

Gambar IV.31. Minnie, Mickey, Dufi dan Dufan

Sumber : http://www.ancol.com & http://www.disneyland.com

(15 Juli, 2012)

Dufan merupakan karakter utama Dunia Fantasi, namun juga memiliki karakter-karakter pendukung lain dimana mereka juga merupakan personifikasi dari hewan-hewan langka yang ada di Indonesia, layaknya Disneyland yang memiliki karakter pendukung selain Mickey Mouse. Dufan adalah seekor kera bekantan dan karakter-karakter pendukungnya merupakan personifikasi dari ragam fauna langka di Indonesia seperti tapir, komodo, dan babi rusa. Terpilihnya kera bekantan dikarenakan sosok seekor kera lebih mirip manusia ketimbang hewan langka lain bila di nilai melalui gestur tubuh.

Pemakaian sosok karakter sebagai logo merupakan keunggulan yang dimiliki oleh logo Dunia Fantasi sebagaimana Neumeier (2003) menjelaskan *"an Avatar is a brand icon that can move, change, and operate freely in various media"* (h.104), pemanfaatan logo yang juga diaplikasikan sebagai karakter membuat Dunia Fantasi

bisa memiliki kemudahan dalam pengenalan *brand* mereka, efisien dan sekaligus mempermudah interaksi karena diperkenalkan dengan sosok yang lebih manusiawi.

Dunia Fantasi melakukan langkah pengenalan *image* karakter – karakter mereka dengan melakukan berbagai media aplikasi, salah satu langkah terbaru yang dilakukan Dunia Fantasi adalah dengan merilis Dufan The Defender yang merupakan serial animasi 3D pada tanggal 18 Maret 2012 di salah satu stasiun televisi di Indonesia dengan Karakter Dufan sebagai tokoh utama. Langkah tersebut merupakan hasil dari referensi mereka terhadap Disneyland yang memiliki karakter – karakter yang juga terkenal melalui animasi. Langkah tersebut memang terbalik antara kebijakan Disneyland dengan Dunia Fantasi, karena Disneyland memiliki karakter yang sudah dikenal setelah itu membangun sebuah *theme park,* sedangkan Dunia Fantasi melakukan sebaliknya. Karakter Dufan memang di bangun agar bisa menarik pengunjung terhadap Dunia Fantasi, agar kesan emosional yang dirasakan pengunjung bukan hanya menikmati wahana yang tersedia di Dunia Fantasi, melainkan juga dengan interaksi mereka kepada karakter Dufan.

Gambar IV.32. Illustrasi animasi 3D Dufan The Defender

Sumber : http://www.dufandefender.com

(15 Juli, 2012)

Menjadikan Disneyland sebagai referensi bagi Dunia Fantasi bukan berarti menjiplak seluruhnya kebijakan yang dilakukan Disneyland, ketika Disneyland mengangkat karakter–karakter ciptaan Walt Disney, Dunia Fantasi mengambil langkah berbeda dengan mengangkat fauna yang menjadi ciri khas Indonesia, dengan maksud mengangkat identitas Indonesia sebagai negara yang memiliki banyak ragam fauna langka yang salah satunya adalah kera bekantan.

BAB V
KESIMPULAN

Perubahan teknik visual terhadap logo merupakan kebijakan Dunia Fantasi yang berkaitan dengan perkembangan teknologi, dari segi warna maupun gestur, namun perubahan terletak pada bentuk dasar dan tipografi. Paduan dari warna logo Dunia Fantasi yang beragam merupakan warna yang melambangkan keceriaan, didukung dengan mimik wajah Dufan yang selalu tersenyum, dan pose yang seolah menyambut kedatangan pengunjung dengan penuh kegembiraan. Perbedaan yang tampak memang terlihat signifikan bila dibandingkan secara warna dan teknik visual, namun sosok Dufan sebagai karakter yang ceria tidak pernah hilang karena dari logo pertama hingga sekarang, Dufan sebagai logo Dunia Fantasi masih tetap mengunakan senyuman dan hidung besarnya sebagai ciri khas.

Aplikasi logo terus berkembang seiring perubahan logo, namun tidak semua di rubah, terlihat dengan masih adanya pengaplikasian logo versi sebelumnya yang terpasang di Dunia Fantasi, konsistensi aplikasi karakter Dufan juga tidak begitu di praktikkan dalam pengaplikasian dengan banyaknya ketidaksamaan bentuk maupun warna pada media aplikasi, namun walaupun dengan perbedaan tersebut karakter Dufan masih bisa dikenali dengan garis-garis wajah yang sama yang membuat tetap berkesinambungan dan semirip mungkin antara karakter Dufan dan peng-aplikasianya. Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi media aplikasi semakin berkembang sehingga memicu Dunia Fantasi untuk terus bereksistensi sesuai dengan visi Dunia Fantasi yang merupakan jenis usaha *theme park* berbasis teknologi.

Logo Dunia Fantasi yang merupakan kera bekantan memvisualisasikan keistimewaan Indonesia dari segi fauna yang beragam dan langka, serta Indonesia yang terkenal ramah dengan senyumnya. Terlihat dari karakter utama maupun pendukung yang merupakan personifikasi dari hewan

-hewan langka di Indonesia. Disneyland memang merupakan referensi Dunia Fantasi tentang pemakaian karakter tersebut, namun cara pengenalan Disneyland berbeda dengan Dunia Fantasi, Disneyland memiliki karakter yang sudah terkenal lewat animasi kartun, sedangkan Dunia Fantasi sebaliknya, yakni membangun sebuah taman bermain terlebih dahulu barulah setelah teknologi di Indonesia sudah mendukung Dunia Fantasi membuat serial animasi yang memakai sosok karakter-karakter maskot Dunia Fantasi sebagai tokohnya.

DAFTAR PUSTAKA

Adams, S., Morioka, N., Stone, T. (2009). *Logo Design Workbook*. Massachusetts: Rockport Publisher, Inc.

Demaria, Anne. (2007). *Color Basic : Panduan Dasar Warna untuk Desainer & Industri Grafika*. Jakarta: Link & Match Graphic.

Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.

March, Marion. (1988). *Creative Typography*. London: Quarto Publishing plc.

Neumeier, Marty. (2003). *The Brand Gap.* Berkeley: New Riders.

Rustan, Surianto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia.

Sarwono, Jonathan. (2007). *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.

Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual* : *Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Wheeler, Alina. (2009). *Designing Brand Identity : An Essential Guide For The Entire Branding Team*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.