BAB II
TINJAUAN LOGO, TIPOGRAFI, WARNA & SIMBOL

Logo sebagai lini depan dalam membangun sebuah merek. Pembangunan merek dan logo perusahaan sangat berperan terhadap masa depan perusahaan itu sendiri. Untuk menelaah masalah ini digunakan pendekatan teori logo, tipografi dan warna.

2.1. Logo

Identitas suatu perusahaan merupakan cerminan dari visi, misi suatu perusahaan yang divisualisasikan dalam logo perusahaan. Logo merupakan suatu hal yang nyata sebagai pencerminan hal-hal yang bersifat non visual dari suatu perusahaan**,** misalnya budaya, perilaku, sikap, kepribadian, yang dituangkan dalam suatu bentuk visual (Suwardikun, 2000, h.7).

John Murphy dan Michael Rowe (seperti dikutip Suwardikun, 2000, h.7) berpendapat bahwa :

> Setiap produk atau organisasi yang sukses, memiliki sendiri kepribadiannya dan kepribadian manusia yang kompleks, demikian juga kepribadian produk dan organisasi. *Trademark* dan logo dari produk dan organisasi adalah penampilan dari penyingkatan kenyataan yang kompleks kedalam suatu pernyataan yang sederhana, sesuatu yang bisa di kontrol, di modifikasi, dikembangkan dan dimatangkan setiap saat.

Penggunaan logo bagi suatu perusahaan atau organisasi adalah pencerminan dari hal-hal yang ideal, yaitu ruang lingkup kerja, visi dan misi, serta budaya perusahaan. Logo merupakan penterjemahan dari ide-ide yang abstrak disingkat menjadi sesuatu yang nyata, dan berperan sebagai wajah dari perusahaan tersebut. Biasanya sebuah logo mengandung nilai-nilai simbol yang baik.

2.1.1. Fungsi Logo

Menurut John Murphy dan Michael Rowe (seperti dikutip Perdana, 2007, h.13) satu fungsi utama dari logo adalah untuk mengidentifikasi produk, jasa atau perusahaan. Logo bukan hanya sekedar nama tetapi juga :

- Mengidentifikasi suatu perusahaan.
- Memembedakan dari produk atau organisasi yang lain.
- Mengkomunikasikan informasi seperti keaslian, nilai dan kualitas.
- Menambah nilai.
- Mempresentasikan aset yang berharga.
- Properti legal suatu produk atau organisasi.

2.1.2. Jenis-jenis Logo

Logo merupakan suatu desain yang spesifik, baik berupa simbol dalam pola gambar atau huruf tertulis yang menggambarkan citra perusahaan. Ada beberapa jenis logo, diantaranya :

- *Logogram*, adalah simbol atau karakter yang digunakan untuk menyampaikan suatu kata, yang menggambarkan bidang usaha dari suatu bisnis perusahaan atau organisasi. *Logogram* ini dapat juga diartikan dengan logo berupa gambar yang digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa dari perusahaan (Rustan, 2009, h.13).
- *Logotype*, fungsinya sama dengan logo gram tetapi dalam hal ini *logotype* hanya tervisualisasikan berupa huruf atau tipografi saja (Rustan, 2009, h.12).

Menurut John Murphy dan Michael Rowe (seperti dikutip Perdana, 2007, h.14) berpendapat bahwa jenis-jenis logo berdasarkan elemen visualnya yaitu sebagai berikut :

- Logo berupa nama (*Name only logos*). Logo ini terdiri atas nama saja dari produk atau lembaga. Logo ini akan berfungsi dengan tepat untuk nama yang pendek dan mudah dieja.
- Logo berupa nama dan gambar (*Name / symbol logos*). Logo ini terdiri dari nama dengan tipe huruf yang berkarakter dan dipadu

dengan gambar yang sederhana yang keduanya merupakan satu kesatuan yang utuh yang saling melengkapi.

- Logo berupa inisial/singkatan nama (*Initial letter logos*). Logo dengan nama singkatan dari nama lembaga yang panjang dan sulit serta perlu banyak waktu untuk mengingatnya. Masalah yang sering timbul dari logo ini adalah khalayak tidak mengetahui apa kepanjangan dari singaktan tersebut walaupun logonya sudah dikenal.
- Logo berupa nama dengan visual yang khusus (*Pictorial name logos*). Logo ini berupa nama dari produk dan lembaga dengan elemen yang penting dan menonjol yang secara keseluruhan memiliki ciri yang sangat khusus. Bahkan jika nama / kata / teks / dari logo tersebut diganti dengan yang lain tidak akan terlihat berbeda dari sebelumnya. Contohnya logo Coca Cola dan Roll Roys. Jika kedua nama lembaga tersebut diganti maka kekhususan dan integritas dari logo akan tetap terlihat.
- Logo asosiatif (*Associative logos*). Logo ini biasanya berdiri sendiri dan bukan berupa nama produk atau lembaga, namun memiliki asosiasi langsung dengan nama lembaga, produk atau daerah aktivitas yang dijalani oleh lembaga tersebut. Contoh Shell Oli, Greyhound Corporation, Monsieur Bibendum of Michelin, British Airways. Oleh karena itu logo jenis ini biasanya sederhana dan memiliki tampilan visual dari pengolahan teks dan

gambar yang secara cepat dapat merepresentasikan produk dan lembaga secara langsung. Juga memiliki kelebihan mudah dipahami dan memberikan pertimbangan yang fleksibel bagi pemilik logo tersebut.

- Logo dengan bentuk-bentuk kiasan (*Allusive logos*). Logo jenis ini memiliki tampilan visual yang mengiaskan bentuk dari benda-benda tertentu misalnya Mercedes dengan bentuk kiasan stir mobil, Philips dengan bentuk kiasan gelombang audio, walaupun mungkin saja hubungan logo dengan bentuk-bentuk kiasan tersebut terjadi secara kebetulan atau hanya dihubung-hubungkan saja. Logo jenis ini tidak dapat langsung memberikan hubungan antara nama lembaga atau produk dengan logonya dan pada kenyataanya bentuk-bentuk kiasan tersebut tidak terlihat oleh sebagian besar masyarakat (audience). Namun bentuk-bentuk kiasan tersebut merupakan penarik (focus of interest) yang dapat digunakan dalam hubungan masyarakat (public relation).
- Logo dengan bentuk abstrak (*Abstract logos*). Banyak logo yang dibuat saat ini menggunakan bentuk-bentuk abstrak atau tidak memiliki asosiasi dengan bentuk apapun yang ada di alam. Bentuk-bentuk ini dalam proses pengenalannya pada khalayak menuntut waktu dan biaya yang tidak sedikit dibanding dengan bentuk-bentuk yang sudah akrab apalagi sampai melekatnya

dalam benak khalayak. Masalah yang sering timbul adalah kemiripan dengan logo lainnya yang beredar di masyarakat.

Jenis-jenis logo menurut Wheeler (2009, h.50) yaitu sebagai berikut :

- Logo berupa tulisan (*Wordmarks*). Logo ini terdiri atas tulisan atau singkatan yang berdiri sendiri dari produk atau lembaga dan dirancang untuk menyampaikan atribut *brand* maupun *brand positioning.*
- Logo berupa huruf (*Letterform*). Logo ini terdiri dari satu huruf atau lebih yang berkarakter dan memiliki peran sebagai pengingat nama perusahaan.
- Logo berupa emblem (*Emblems*). Logo ini digunakan jika sebuah nama perusahaan sudah tidak dapat dipresentasikan oleh elemen visual yang sederhana.
- Logo berupa elemen visual (*Pictorial Marks*). Logo ini berupa sebuah elemen visual yang dapat dipahami secara harfiah tanpa membutuhkan waktu yang lama untuk memahaminya dan telah disederhanakan serta disesuaikan dengan keadaan.
- Logo berupa simbol abstrak (*Abstract/Symbolic marks*). Logo ini terdiri atas simbol yang menghantarkan sebuah ide menarik dari perusahaan dan sering kali digunakan untuk membubuhkan sebuah strategi ambiguitas.

2.1.3. Unsur-Unsur Pembangun Sebuah Logo

2.1.3.1. Tipografi

Menurut Frank Jefkins (seperti dikutip Perdana, 2007, h.16) tipografi adalah seni memilih jenis huruf dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia, menggabungkannya dengan atau jenis huruf yang berbeda, meggabungkan sejumlah kata sesuai dengan ruang yang tersedia dan menandai naskah untuk proses *type setting*, menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda. Sedangkan Rustan (2011, h.16) menjelaskan “tipografi yaitu segala disiplin yang berkenaan dengan huruf”.

2.1.3.1.1. Jenis-Jenis Huruf

Berikut adalah klasifikasi jenis-jenis huruf berdasarkan sejarah dan bentuk huruf yang dilakukan oleh Alexander Lawson (seperti dikutip Rustan, 2011, h.45) yaitu diantaranya :

- *Black Letter/Old English/Fraktur*

  Desain karakter *Black Letter* dibuat berdasarkan bentuk huruf dari tulisan tangan yang populer pada masanya (abad pertengahan) di Jerman (gaya *Gothic*) dan Irlandia

(gaya *Celtic*). Ditulis menggunakan pena berujung lebar sehingga menghasilkan kontras tebal-tipis yang kuat. Untuk menghemat media (kertas/kulit), karakter ditulis berhimpitan, sehingga hasil keseluruhannya berkesan gelap, berat dan hitam. Inilah awal mula istilah *Black Letter.* Ciri dari huruf ini adalah memiliki sirip/kaki/serif yang berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf Roman memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya, jarak antar huruf sangat sempit sehingga berkesan *Gothic*. Kesan yang ditimbulkan adalah klasik, gelap, berat dan hitam. Contoh dari jenis huruf ini yaitu *Old English, Goudy Text, Beckett, Fette Fraktur Lino Text, Celtic Md, American Uncial.*

- *Humanist/Venetian*

Di Italia, orang tidak menggunakan *typeface* bergaya *Black Letter,* melainkan *Roman* / Romawi kuno yang ruang kosongnya cukup banyak sehingga tulisan tampak lebih terang dan ringan, karenanya gaya *Humanist* mendapat julukan *White Letter.* Kelompok *typeface* ini diberi nama *Humanist* karena memiliki goresan lembut dan natural seperti tulisan tangan. Disebut juga *Venetian* karena jenis huruf *Humanist* pertama dibuat di Venesia,

Italia. Ciri dari jenis huruf ini yaitu memiliki kaki/sirip/serif yang patah, agak melengkung atau membulat, dan terkadang tidak rata. Kesan yang ditimbulkan adalah terang, ringan dan manusiawi. Contoh dari jenis huruf ini adalah *Centaur, ITC Berkeley, Goudy Old Style, Californian, Jenson, Cloister Old Style, Kennerley, Deepdene.*

- *Old Style/Old Face/Garalde*

  Kemahiran dan tingkat akurasi para pembuat huruf semakin lama semakin meningkat, buku cetakan semakin banyak, kebutuhan akan bentuk huruf yang mirip tulisan tangan semakin berkurang. Faktor-faktor itu mendorong munculnya gaya baru di abad 15 yaitu *Old Style.* Karakter-karakter pada kelompok *typeface* ini lebih lancip, lebih kontras dan berkesan lebih ringan, menjauhi bentuk-bentuk ukiran/tulisan tangan. Ciri dari jenis huruf ini yaitu memiliki kaki/sirip/serif yang patah. Contoh dari jenis huruf ini yaitu *Caslon, Garamond, Palatino, Bembo, Granjon, Sabon.*

- *Transitional/Reales*

  Pada abad 17 muncul kelompok *typeface* dengan gaya baru yang dibuat berdasarkan perhitungan secara ilmiah dan prinsip-prinsip matematika dan semakin menjauh dari sifat ukiran/tulisan tangan. Gaya *Tansitional* pertama diciptakan pada tahun 1692 oleh Philip Grandjean yang dinamakan *Roman du Roi,* atau *typeface* Raja, karena dibuat atas perintah Raja Louis XIV. Kelompok ini disebut *Transitional* karena berada diantara *Old Style* dan *Modern*. Ciri dari jenis huruf ini yaitu memiliki kaki/sirip/serif yang tajam dan lurus. Contoh dari jenis huruf ini yaitu *Baskerville, Times New Roman, Century, Bell, Caledonia, Bauer Classic, Bulmer, Scotch Roman, Cheltenham, Maximus, Melior, ITC Slimbach.*

- *Modern/Didone*

  Jenis ini dinamakan *Modern* karena kemunculan kelompok *typeface* ini pada akhir abad 17, menuju era yang disebut *Modern Age.* Kelompok *typeface* ini hampir menghilangkan sifat ukiran/tulisan tangan pendahulunya. Ciri dari jenis huruf ini yaitu memiliki kaki/sirip/serif yang patah. Contoh dari jenis huruf ini yaitu *Bodoni, Linotype Didot, ITC Fenice, Electra, Keppler, Else.*

- *Slab Serif/Egyptian*

  Jenis ini muncul pada abad 19, kelompok bergaya *Slab Serif* awalnya digunakan sebagai *Display Type* untuk menarik perhatian pembaca poster iklan atau flier. Disebut juga *Egyptian* karena bentuknya yang berkesan berat dan horisontal, mirip dengan gaya seni dan arsitektur Mesir kuno. Ciri dari jenis huruf ini yaitu memiliki kaki/sirip/serif yang patah. Contoh dari jenis huruf ini yaitu *Candida, Clarendon, Lubalin Graph, Egyptienne, Serifa, Glypha, West, Memphis, Cheltenham.*

- *Sans Serif*

  Jenis ini muncul pada tahun 1816 sebagai *Display Type* dan sangat tidak populer di masyarakat karena pada saat itu tidak *trendy* sehingga dinamakan *Grotesque* yang artinya lucu atau aneh. *Sans Serif* mulai populer pada awal abad 20, saat para desainer mencari bentuk-bentuk ekspresi baru yang mewakili sikap penolakan terhadap nilai-nilai lama, yaitu pengkotakkan masyarakat dalam kelas-kelas tertentu. Kelompok *Sans Serif* dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu : *Grotesque* (*Sans Serif* yang muncul sebelum abad 20), *Geometric* (Memiliki bentuk

yang geometris mendekati bentuk-bentuk dasar), *Humanist* (Berkesan lebih natural dibandingkan dengan *Grotesque* dan *Geometric*). Ciri dari jenis huruf ini yaitu tidak memiliki kaki/sirip/serif. Contoh dari jenis huruf ini yaitu *Helvetica, Univers, Akzidenz-Grotesk, Futura, Kabel, Eurostile, Gill Sans, Frutiger, Optima.*

- *Script & Cursive*

  Script dan *Cursive* bentuknya didesain menyerupai tulisan tangan. Perbedaan *Script* dan *Cursive* terletak pada huruf-huruf kecilnya yang saling menyambung sedangkan *Cursive* tidak. Ciri dari jenis huruf ini yaitu tidak memiliki kaki/sirip/serif tetapi seringkali digantikan oleh tambahan pada terminal atau bagian ujung huruf yang bersifat dekoratif. Contoh dari jenis huruf ini yaitu *Brush Script, Kunstler Script, Shelley Script, Linoscript, Kaufmann, Bickham Script, Snell Roundhand, Lucida Calligraphy, Pepita, Giddyup, Pelican, Ex Ponto.*

- *Display/Decorative*

  Kelompok bergaya *Display* pertama muncul pada abad 19 dan semakin banyak karena teknologi pembuatan huruf yang semakin murah. Saat itu jenis huruf *Display* sangat dibutuhkan dunia periklanan untuk menarik

perhatian pembaca. *Display type* dibuat dalam ukuran besar dan diberi ornamen-ornamen yang indah. Yang diprioritaskan bukan kemudahan dalam mengenali dan membedakan masing-masing huruf melainkan keindahan. Ciri dari jenis huruf ini yaitu memiliki kaki/sirip/serif yang sangat bervariasi dan bersifat dekoratif. Contoh dari jenis huruf ini yaitu *Bermuda, Rosewood, Umbra, Grunge, Doodle, Dot 28.*

Sedangkan klasifikasi jenis huruf menurut James Craig (seperti dikutip Perdana, 2007, h.16) yaitu sebagai berikut :

- *Roman*

  Ciri dari huruf ini adalah memiliki sirip/kaki/serif yang berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf Roman memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya. Kesan yang ditimbulkan adalah klasik, anggun, lemah gemulai dan feminin.

- *Egyptian*

  Adalah jenis huruf yang memiliki ciri kaki/sirip/serif yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar dan stabil.

- *Sans Serif*

  Pengertian San Serif adalah tanpa sirip/serif, jadi huruf jenis ini tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien.

- *Script*

  Huruf Script menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkannya adalah sifat pribadi dan akrab.

- *Miscellaneous*

  Huruf jenis ini merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornamen,

atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif dan ornamental.

Menurut Joesoef (2008, h.48) berpendapat bahwa kelompok jenis huruf *serif* terbagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan karakteristik bentuk kaki dari huruf itu sendiri yaitu:

- *Serif* model *bracket*

  Serif atau kait yang terdapat pada ujung-ujung huruf yang membentuk *bracket*. Atau secara anatomis berbentuk *serif* yang panjang dimana pada ujungnya membentuk suatu potongan patah yang tegak lurus tetapi membentuk sudut yang membulat lembut pada darah persinggungan dengan batang huruf. Contoh dari jenis ini yaitu *Times New Roman, Book Antiqua, Palatino* dan *Cheltenham.*

- *Serif* model bulat

  Adalah *serif* atau kait yang terdapat pada ujung-ujung hurufnya membentuk kurva atau membulat baik pada ujung *serif* ataupun penggunaan pada sudut antara *serif* dengan batang huruf. Contoh dari jenis ini yaitu *Gaudy, American Typewritter, Cooper Black, Garamond* dan *Soevenir.*

- *Serif* model transisi

  Serif atau kait yang terdapat pada ujung-ujung huruf yang membentuk sudut ataupun kurva yang ada pada ujung *serif* maupun pada sudut antara *serif* dengan batang huruf hampir tidak terlihat, tidak se-kontras dengan jenis-jenis *serif* seperti diatas. Karakter-karakter huruf transisi seperti ini dapat terlihat jelas pada jenis huruf *Optima, Albertus, Pascal.*

- *Serif* model tajam

  Serif atau kait yang terdapat pada ujung-ujung huruf yang membentuk sudut tajam pada ujung *serif* sedangkan pada sudut antara *serif* dengan batang huruf membentuk kurva yang landai. Contoh dari jenis ini yaitu *Trajan, Caslon, Tiffany* dan *Friz Quadrata.*

- *Serif* model kontras

  Serif atau kait yang terdapat pada ujung-ujung huruf yang membentuk sudut tajam dan tegak lurus baik pada ujung *serif* maupun pada sudut antara *serif* dengan batang huruf. Contoh dari jenis ini yaitu *Bodoni, Modern, Normandia.*

2.1.3.1.2. Sifat dan kesan Huruf

Pudjiastuti (1999, h.16) berpendapat bahwa beberapa tipe huruf memiliki karakter atau kepribadian tertentu, diantaranya adalah sebagai berikut :

- Jenis huruf *sans serif* atau *slab serif* seperti *Helvetica* atau *Lubalin*, untuk menampilkan suasana tegas tetapi artistik.
- Tipe huruf *Century Schoolbook*, yang ramah serta mudah dibaca, mengingatkan kita pada suasana di sekolah dasar.
- Jenis tulisan tangan yang melingkar-lingkar seperti tipe *Snell Roundhand*, apabila dikehendaki untuk mengungkapkan suasana kenangan lama.
- Tipe klasik seperti *Bouer Bodoni*, apabila ingin menciptakan kesan anggun.
- Tipe huruf komputer modern seperti tipe huruf *Émigré*, nama perusahaan yang mendesain huruf, yang menawarkan beberapa jenis huruf *Macintosh*, dan tepat untuk menciptakan kesan modern dan gaya remaja.
- Huruf mesin ketik, yaitu jenis *Courier*, bila diinginkan kesan seperti koran yang baru terbit.

- Tipe *Copperlate* yang menyerupai tulisan tangan, mampu menciptakan kesan terampil dan berkualitas.
- Jenis *Classic serif*, seperti *Bodoni, Caslon, Century* atau *Garamond*, untuk menciptakan kesan suasana bergengsi dan abadi, karena tidak akan bisa dikatakan salah bila memilih sesuatu yang klasik.
- Tipe huruf *Cheltenham Old Style*, juga bisa memberi kesan terbuka serta mengingatkan kita pada kitab (buku) ejaan kuno.
- Tipe huruf tebal seperti *Futura Extra Bold*, untuk menciptakan kesan tegar, bersih dan modern.

Jenis Huruf	Keterangan	Catatan
Serif 	Jenis huruf (*Typefaces*) dengan *strokes*/ekor, dinamakan serifs, menghiasi Jenis Huruf ini. Contoh paling umum adalah *Times*.	Bentuk huruf yang formal. Serif mengekspresikan organisasi dan intelektualitas. Sangat anggun dan konservatif.
Sans-serif 	Jenis Huruf yang tidak memiliki *stroke*/ekor. Ujungnya bisa berbentuk tumpul (*rounded corner*) atau tajam. Bentuk Huruf *Sans-Serif* yang paling polular adalah : *Helvetica* dan *Arial*	Kurang formal, lebih hangat, dan bersahabat. San-Serif biasanya sangat cocok sebagai *screen-font* (untuk tampilan di layar monitor) karena tajam dan gampang untuk dibaca.
Monospace	Setiap huruf yang berjenis *Monospace* mempunyai	Berdasarkan pada dasar mesin ketik. Jenis

Aa	jarak/lebar yang sama setiap hurufnya. Huruf W dan I akan mempunyai ruang yang sama. Contoh huruf *monospace* adalah *Courier*. Huruf pada Mesin Tik juga adalah contoh huruf *Monospace*.	*Monospace* banyak digunakan oleh programmer untuk *coding*, dan juga untuk *preformatted text*. Belakangan ini, bentuk *monospace* banyak dipakai oleh designer designer yang beraliran *"grunge" alternative*.
Decorative 	Bentuk huruf yang sangat rumit designnya. Bentuk huruf ini akan sangat memusingkan jika dipakai sebagai *body text*, dan hanya cocok untuk dipakai (secara terbatas) untuk *Headline*.	Karena jenis yang banyak, *font Decorative* bisa membuat efek respon yang berbeda. Jenis *Decorative* biasanya paling cocok digunakan untuk Judul, dan lebih baik jagan digunakan sebagai *body text*.
Script 	Bentuk huruf yang menyerupai tulisan tangan. Jenis huruf ini juga sering di sebut jenis Kursif (*Cursive*).	Memberikan kesan keanggunan, *sophistication*, dan sentuhan pribadi. Pemakaiannya jangan sampai terlalu banyak (sama seperti *Decorative*)

Tabel 2.1. Jenis Huruf dan Ekspresi yang Dihasilkan

Sumber gambar: http:// www.toekangweb.or.id

2.1.3.2. Warna

Pada dasarnya warna adalah suatu mutu cahaya yag dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia. Hal ini menyebabkan kerucut - kerucut warna pada retina bereaksi, yang memungkinkan timbulnya gejala warna pada objek-objek yang dilihat sehingga dapat mengubah persepsi manusia (Junaedi, 2003, h.14).

Junaedi (2003, h.14) menjelaskan bahwa sifat warna dapat digolongkan menjadi dua golongan diantaranya :

- Warna panas : yang termasuk golongan warna panas adalah keluarga merah atau jingga yang memiliki sifat dan pengaruh hangat segar atau menyenangakan, merangsang dan bergairah.



Gambar 2.1. Contoh Warna Panas

Sumber gambar: Data telah diolah oleh peneliti

- Warna dingin : yang termasuk golongan warna dingin adalah kelompok biru atau hijau yang memiliki sifat dan pengaruh sunyi, tenang; makin tua dan makin gelap arahnya makin menambah

tenggelam dan depresi; warna dingin bila digunakan untuk mewarnai rungan akan memberikan ilusi jarak, akan terasa tenggelam atau mundur. Sebaliknya warna hangat terutama merah akan terasa seolah-olah maju ke dekat mata, memberikan kesan jarak yang lebih pendek.



Gambar 2.2. Contoh Warna Dingin

Sumber gambar: Data telah diolah oleh peneliti

2.1.3.2.1 Sifat dan Kesan Warna

Menurut Sean Adams warna bersifat subjektif. Warna memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap setiap individu yang melihatnya. Dalam hubungannya dengan mendesain logo, warna merupakan unsur yang penting dalam perannya sebagai media pengingat (Adams, 2004, h.50).

Adams (2004, h.51) menjelaskan beberapa sifat dan kesan yang ditimbulkan oleh warna :

- Merah : Hasrat, amarah, perhentian, perkelahian, cinta dan darah.
- Kuning : Kegembiraan, kecerdasan, peringatan, pengecut dan muda.

- Hijau : Kesuburan, uang, kesehatan, kesuksesan, pertumbuhan.
- Putih : Kesempurnaan, kesucian, pernikahan, bersih, kebaikan.
- Biru : Pengetahuan, nyaman, tenang, damai dan dingin.
- Hitam: Ketakutan, negatif, kematian, kejahatan, kerahasiaan.
- Ungu : Mewah, kebijaksanaan, kerohanian, imajinasi.
- Jingga : Kreatifitas, kehidupan, unik, energi.
- Abu-abu : Netral, tidak berpihak, bimbang, ragu-ragu, samar.

Sedangkan menurut Rustan (2009, h.73), berikut beberapa sifat dan kesan yang ditimbulkan oleh warna :

- Merah : Perayaan, kekayaan, nasib baik (Cina), suci, tulus, perkawinan (India), perkabungan (Afrika Selatan), setan (tradisi modern barat), gairah, kuat, energi, api, cinta, roman, gembira, cepat, panas, sombong, ambisi, pemimpin, maskulin, tenaga, bahaya, menonjol, darah, perang, marah, revolusi, radikal, sosialisme, komunisme, agresi, penghormatan, martir, roh kudus.
- Kuning : Sinar matahari, gembira, bahagia, tanah, optimis, cerdas, idealisme, kaya (emas), musim panas,

harapan, udara, liberalisme, pengecut, sakit (karantina), takut, bahaya, tidak jujur, serakah, lemah, feminin, bergaul, persahabatan, zodiak gemini, taurus, leo, april, bulan September, kematian (abad pertengahan), perkabungan (Mesir), berani (Jepang), Tuhan (kuning emas).

- Hijau : Kecerdasan tinggi, alam, musim semi, kesuburan, masa muda, lingkungan hidup, kekayaan, uang (Amerika), nasib baik, giat, murah hati, pergi, rumput, agresi, dingin, cemburu, malu (Cina), sakit, rakus, narkoba, korupsi (Afrika Utara), abadi, udara, tanah, tulus, zodiak cancer, pembaruan, pertumbuhan, kesehatan, bulan Agustus, keseimbangan, harmoni, stabil, tenang, kreatif, islam.
- Putih : Rendah hati, suci, netral, tidak kreatif, masa muda, bersih, cahaya, penghormatan, kebenaran, salju damai, *innocence*, simpel, aman, dingin, penyerahan, takut, tanpa imajinasi, udara, kematian (tradisi Timur), kehidupan, perkawinan (tradisi Barat), harapan, lemah lembut, kosong, bulan Januari.
- Biru : Laut, manusia, produktif, isi, dalam, langit, damai, kesatuan, harmoni, tenang, percaya, sejuk, kolot, air es, setia, bersih, teknologi, musim dingin, depresi, idealisme,

udara, bijaksana, kerajaan, bangsawan, bumi, zodiak virgo, pisces, aquarius, kuat, tabah, cahaya, ramah, perkabungan (Iran), kebenaran, cinta, keagamaan, mencegah roh jahat, kebodohan, kesialan.

- Hitam: Klasik, baru, ketakutan, depresi, kemarahan, kematian (tradisi Barat), kecerdasan, pemberontakan, misteri, ketiadaan, modern, kekuatan, hal-hal duniawi, formal, elegan, kaya, gaya, kejahatan, serius, mengikuti kecenderungan sosial, anarki, kesatuan, dukacita, profesional.
- Ungu :Bangsawan, iri, sensual, spiritual, kreativitas, kaya, kerajaan, upacara, misteri, bijaksana, pencerahan, sombong, flamboyan, menonjol, perkabungan, berlebihan, tidak senonoh, biseksual, kebingungan, harga diri, zodiak scorpio, bulan Mei, November, romantis, kehalusan, penebusan dosa.
- Jingga : Hinduisme, Buddhisme, kebahagiaan, energi, keseimbangan, panas, api, antusiasme, flamboyan, kesenangan, agresi, sombong, menonjol, emosi berlebih, peringatan, bahaya, musim gugur, hasrat, zodiak sagitarius, bulan September, kerajaan (Belanda), protestanisme (Irlandia).

- Abu-abu : Dapat diandalkan, keamanan, elegan, rendah hati, rasa hormat, stabil, kehalusan, bijaksana, masa lalu, bosan, kebusukan, renta, polusi, urban, emosi yang kuat, seimbang, netral, perkabungan, formal, bulan Maret.
- Cokelat : Tenang, berani, kedalaman, makhluk hidup, alam, kesuburan, desa, stabil, tradisi, ketidaktepatan, fasisme, tidak sopan, bosan, cemar, berat, miskin, kasar, tanah, bulan Oktober, zodiak capricorn, scorpio, tabah.
- Pink : Musim semi, rasa syukur/terimakasih, penghargaan, kagum, simpati, feminin, kesehatan, cinta, roman, bulan Juni, perkawinan, sukacita, *innocence*, kekanakan.

2.1.4. Dasar Pendesainan Sebuah Logo

Menurut David. E. Carter (seperti dikutip Pratama, 2010, h.xxiii) kriteria logo yang baik yaitu adalah :

- *Original and Distinctive*

  Setiap logo pada dasarnya harus memiliki nilai kekhasan, keunikan dan daya pembeda yang jelas.

- *Legible*

  Setiap logo pada dasarnya harus memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi.

- *Simple*

  Setiap logo pada dasarnya harus mudah ditangkap dan dimengerti dengan waktu yang relatif singkat.

- *Memorable*

  Setiap logo pada dasarnya harus cukup mudah diingat karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang sangat lama.

- *Easily Associated With The Company*

  Setiap logo pada dasarnya harus mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.

- *Easily Adapted for All graphic Media*

  Setiap logo pada dasarnya harus memiliki kemudahan dalam mengaplikasikannya baik fisik, warna, maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis yang perlu diperhitungkan pada saat proses perancangan.

2.2. Simbol

Simbol menjadi unsur banyak berkaitan dengan bahasan visualisasi logo, karena yang dimaksud dengan simbol dalam hal ini adalah bentuk visual atau tanda yang digunakan untuk identitas perusahaan yang dapat dimuati nama ataupun warna serta pesan (Suwardikun, 2002, h.20).

2.2.1. Pengertian Simbol

Simbol merupakan tanda yang memiliki arti penting bagi sekelompok masyarakat, akan tetapi simbol yang sama juga bisa memiliki arti lain bagi kelompok masyarakat yang lain. Contohnya adalah simbol swastika, bagi kelompok Nazi Jerman simbol tersebut memiliki arti superioritas dan keperkasaan militer. Sedangkan bagi beberapa bangsa di Asia dan Amerika Utara simbol swastika memiliki arti kedamaian dan kebahagiaan universal (Suwardikun, 2002, h.20).

Pemilihan tanda-tanda yang berupa simbol bisa dicari pemaknaannya melalui penelitian ilmiah, dengan melakukan penelitian opini dan wawancara psikologis dalam usaha untuk mempelajari arti-arti simbolik dan apa akibatnya bila dijadikan tanda dan apa pengaruhnya bagi kelompok-kelompok masyarakat, biasanya hal ini digunakan untuk kepentingan propaganda, dalam kaitannya dengan politik atau perdagangan. Menurut Alfred North Whiteland (seperti dikutip Suwardikun, 2002, h.21) pengalaman pikiran bisa mendatangkan kesadaran, kepercayaan dan emosi. Menurut opini Whiteland, simbol merupakan analogi atau metafora termasuk bahasa lisan, tulisan dan obyek visual mewakili beberapa kualitas dari kenyataan yang ditambahkan dalam kepentingan atau nilai oleh proses simbolisasi itu sendiri.

Simbol juga dapat memakai atribut yang merujuk pada pengertian yang berbeda dari simbol itu sendiri, dengan menggabungkan suatu tanda dengan beberapa arti dari tanda-tanda yang lain. Misalkan sebuah simbol hati mempunyai arti cinta, maka jika ada retakan atau pecahan pada simbol hati tersebut memiliki arti bukan lagi cinta melainkan patah hati, dan apabila hati tersebut digunakan sebagai simbol dalam rumah sakit maka terjadi pergeseran arti menjadi jantung, tetapi jika hati tersebut ditambahkan anak panah, maka makna yang timbul adalah jatuh cinta dikarenakan makna konotasi yang terkandung dalam simbol anak panah yang menancap, menusuk hati tersebut mendeskripsikan keadaan yang dirasakan oleh seseorang yang sedang jatuh cinta.

Dalam pembahasan lebih lanjut mengenai simbol bagi kelompok masyarakat tertentu yaitu obyek atau tanda menjadi simbol. Yaitu arti kedua dari tanda tersebut yang didapatkan dari kesepakatan atau perjanjian pada suatu kelompok masyarakat tertentu seperti padi dan kapas adalah simbol kesejahteraan bagi masyarakat Indonesia, tetapi bagi masyarakat lain simbol kesejahteraan dengan koin emas.

2.3. Pengubahan Bentuk

Di dalam pengolahan obyek akan terjadi perubahan bentuk sesuai dengan selera maupun latar belakang desainernya. Perubahan bentuk tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Stilasi

   Stilasi merupakan perubahan bentuk untuk mecapai bentuk keindahan dengan cara menggayakan obyek yang diggambar (Kartika, 2004, h.42). Stilasi banyak terdapat pada gambar dekorasi, baik pada dekorasi interior maupun dekorasi eksterior. Contoh dekorasi interior terlihat pada rumah-rumah adat di Indonesia, sebagai bidang-bidang, dekorasi eksterior terlihat pada relief-relief candi. Pada seni batik, bentuk-bentuk stilasi mempunyai simbol yang menggambarkan watak-watak tertentu, misalnya motif parang rusak adalah simbol dari kebesaran, motif garuda merupakan simbol dari kekuatan dan kekuasaan (Lidyana, 2008, h.24).

2. Distorsi

   Distorsi merupakan perubahan bentuk yang menonjolkan karakteristik visual obyek, sehingga mendapatkan bentuk yang sesuai dengan konsep estetika seniman (Suradjijo, 1999, h.77). Bagi seorang seniman modern distorsi digunakan sebagai media untuk mengekspresikan bentuk-bentuk yang sesuai dengan konsep estetik sehingga tampak berlebih-lebihan. Misalnya melebih-lebihkan ukuran yang sebenarnya dari lurus

dibengkokkan atau merubah bagian-bagian yang mereka anggap mendominasi bentuk keseluruhannya.

Tetapi bagaimanapun mereka berusaha mengadakan perubahan bentuk dengan distorsi, mereka tetap menampilkan kesan unsur alam dalam karyanya (Lidyana, 2008, h.24). Distorsi dapat juga menggambarkan ukuran yang berlebih-lebih dalam warna, perbedaan nada atau gelap terangnya warna untuk lebih menonjolkan karakteristik visual tekstur dari sebuah permukaan bidang (Suradjijo, 1999, h.78). Distorsi merupakan penggambaran bentuk yang menekankan pada pencapaian karakter dengan cara memperkuat wujud-wujud tertentu pada benda atau obyek yang digambar (Kartika, 2004, h.42).

3. Transformasi

   Transformasi adalah penggambaran bentuk yang menekankan pada pencapaian karakter dengan cara memindahkan wujud atau figur dari obyek lain ke obyek yang digambar (Kartika, 2004, h.43).

4. Deformasi

   Deformasi merupakan penggambaran bentuk yang menekankan pada interpretasi karakter melalui mengubah bentuk obyek dengan cara menggambarkan obyek tersebut hanya dengan menggunakan sebagian dari obyek yang dianggap mewakili atau pengambilan unsur tertentu yang

mewakili karakter hasil interpretasi yang sifatnya sangat hakiki (Kartika, 2004, h.43).

Deformasi merupakan perubahan bentuk yang tidak dapat diklarifikasi ke dalam distorsi dan stilasi. Tetapi dengan deformasi, bagaimanapun bentuk yang diciptakan seniman, imajinasi penghayatanya masih dapat menangkap tema alam didalamnya (Suradjijo, 1999, h.80).