# BAB II
# TINJAUAN LOGO, TIPOGRAFI, GARIS, BENTUK, WARNA

Logo merupakan aspek penting sebuah perusahaan atau organisasi. Keberadaan logo pada sebuah perusahaan berperan penting dalam membantu keberhasilan pengembangan bisnis atau kegiatan perusahaan atau organisasi tersebut. Untuk meninjau masalah ini digunakan pendekatan teori logo, tipografi, warna dan simbol.

## 2.1 Logo

Logo adalah tanda, lambang, ataupun simbol yang mengandung makna dan digunakan sebagai identitas sebuah organisasi, perusahaan atau individu agar mudah diingat oleh orang lain. Istilah logo merupakan merupakan bentuk visual yang paling umum untuk mengenali atau mengidentifikasi sebuah lembaga atau perusahaan. Logo juga dapat memberi gambaran cirri ataupun identitas perusahaan, sehingga logo bisa dikatakan sebuah lambang ataupun ciri untuk memudahkan pengenalan sebuah perusahaan dan juga *corporate identity* atau identitas perusahaan yang mewakili citra perusahaan. Selain itu logo dapat dijadikan kebanggaan bagi perusahaan.

Dalam perusahaan sendiri, logo ibarat wajah dan watak perusahaan. Logo dituntut mampu berbicara pada publik bahwa ia adalah representasi dari perusahaan atau organisasi yang professional, kredibel, dan berkualitas.

### 2.1.1 Fungsi Logo

Seperti telah disampaikan, fungsi logo adalah untuk mempresentasikan citra sebuah perusahaan atau organisasi. Menurut Supriyono (2010) menyatakan bahwa logo dibuat bukan hanya sekedar sebagai merek dagang atau simbol perusahaan tetapi juga:

- Mempresentasikan korporasi.
- Mampu memberikan kepercayaan (*trust*) dalam waktu sesingkat mungkin.
- Memberikan cirri khas dari produk atau organisasi lain.

- Mengkomunikasikan informasi seperti profesional, kredibel, kualitas.
- Mengenalkan produk.
- Properti legal suatu produk atau organisasi.
- Menambahkan nilai.

### 2.1.2 Jenis-jenis Logo

Istilah logo merupakan sebutan secara umum. Jika dilihat lebih spesifik, logo bisa berupa rangkaian huruf, bentuk gambar, atau gabungan huruf dan gambar. Berikut jenis-jenis logo, diantaranya:

- *Logogram* adalah logo yang dibuat berupa gambar atau simbol yang menggambarkan atau mendeskripsikan bidang usaha, perusahaan atau organisasi. Fungsi *logogram* adalah untuk mempromosikan produk ataupun jasa sebuah perusahaan atau organisasi.
- *Logotype* adalah logo yang dibuat berupa rangkian huruf. *Logotype* memiliki fungsi yang sama dengan *logogram*.
- Logo yang memuat rangkaian huruf dan gambar tidak memiliki sebutan khusus.

Menurut Bill Gardner (2009) menyatakan bahwa secara gaya visual, logo dapat dibedakan dengan berbagai pendekatan, antara lain sebagai berikut:

- *Photofil*

  Gambar hasil fotografi menjadi pilihan pada logo ini




Gambar II. 1 Logo dengan gaya visual *Photofill*

Sumber: http://www.logolounge.com/trends/2009/images/Logo-Trends-PhotoFill.jpg (25 Juli 2013, pukul 06.44)

- *Concealed*

  Gaya visual yang mengetengahkan bagian gambar tersembunyi yang dapat ditemukan dalam bentuk logo tersebut



Gambar II. 2 Logo dengan gaya visual *Concealed*

Sumber: http://www.logolounge.com/trends/2009/images/Logo-Trends-Conceal.jpg (25 Juli 2013, pukul 06.45)

- *VariDot*

  Gaya visual yang merupakan komposisi dari kumpulan titik lingkaran




Gambar II. 3 Logo dengan gaya visual *Varidot*

Sumber: http://www.logolounge.com/trends/2009/images/Logo-Trends-VariDot.jpg (25 Juli 2013, pukul 06.46)

- *Candy Stripe*

  Gaya visual yang menggunakan garis yang berwarna-warni sehingga memberi kesan seperti sebuah permen.




Gambar II. 4 Logo dengan gaya visual *Candy Stripe*

Sumber: http://www.logolounge.com/trends/2009/images/Logo-Trends-Candy.jpg (25 Juli 2013, pukul 06.55)

- *Texting*

  Gaya visual yang menggabungkan teks dengan ikon




Gambar II. 5 Logo dengan gaya visual *Texting*

Sumber: http://www.logolounge.com/trends/2009/images/Logo-Trends-Texting.jpg (25 Juli 2013, pukul 06.59)

- *Doily*

  Gaya *Embellish* muncul ditahun-tahun awal ditemukannya mesin cetak, namun saat ini gaya ini muncul dan digunakan.




Gambar II. 6 Logo dengan gaya visual *Doily*
Sumber: http://www.logolounge.com/trends/2009/images/Logo-Trends-Doily.jpg (25 Juli 2013, pukul 07.05)

- *Droplets*

  Gaya visual dengan menggabungkan dua atau lebih objek berbentuk tetesan.




Gambar II. 7 Logo dengan gaya visual *Droplets*
Sumber: http://logolounge.com/article_images/artpics/art_2003_drop.jpg (25 Juli 2013, pukul 07.10)

- *Amalgams*

  Gaya visual dengan menggabungkan siluet dari objek-objek yang berhubungan langsung dengan perusahaan atau organisasi tersebut.




Gambar II. 8 Logo dengan gaya visual *Amalgams*

Sumber: http://logolounge.com/article_images/artpics/art_2005_amalgams.jpg

(25 Juli 2013, pukul 07.15)

- *Blenders*

  Gaya visual dengan tampilan bentuk ditelan oleh lubang hitam.




Gambar II. 9 Logo dengan gaya visual *Blenders*

Sumber: http://logolounge.com/article_images/artpics/art_2006_blenders.jpg

(25 Juli 2013, pukul 07.18)

- *Half*

  Gaya visual dengan tampilan bentuk yang dipotong setengah bagian namun masih terlihat garis besar bentuk logo tersebut.




Gambar II. 10 Logo dengan gaya visual *Half*

Sumber: http://logolounge.com/article_images/artpics/art_2007_half.jpg

(25 Juli 2013, pukul 07.22)

Gaya visual di pengaruhi oleh tren yang sedang terjadi. Dan gaya tersebut akan selalu berkembang sehingga memungkinkan adanya gaya-gaya visual yang lain. Menurut Henrik Vejlgaard (Kasmana, 2010) “trend” boleh jadi digunakan sebagai sinonim dari “change” (perubahan) dalam nilai-nilai politik, spiritual, bisnis dan banyak bidang lainnya. Sebuah tren adalah sebuah proses yang digerakkan oleh umat manusia dalam pola sosiologis yang telah berlangsung berabad-abad. Tren merupakan sesuatu yang sedang "menjamur" atau disukai dan digandrungi oleh orang banyak pada suatu waktu tertentu. Dalam gaya visual logo, tren dipengaruhi oleh:

1. Gaya ilustrasi dalam media

   Media memungkinkan tercipta dan tersebarluaskannya sebuah isu. ketika sebuah isu tersebut dimunculkan berulang-ulang maka ia akan menciptakan sebuah tren. Dalam desain ada gaya visual tertentu yang muncul pada waktu tertentu dan digandrungi, media menjadi jembatannya.

2. Selera manusia

   Selera manusia selalu berubah, ini merupakan karakterstik manusia sebagai mahluk sosial yang tidak pernah puas terhadap sesuatu.

3. Penemuan teknologi

   Zaman berubah, hal baru ditemukan. Berbagai macam teknologi dikembangkan untuk mengatasi berbagai masalah dalam kehidupan. Dalam gaya visual logo, teknologi memungkinkan bentuk visual seperti apapun untuk diwujudkan. Kini bentuk-bentuk logo yang sulit akan dengan mudah diciptakan, penemuan software canggih dengan efek yang beragam mampu menciptakan gaya visual baru.

4. Pengaruh sosial-budaya

   Kehidupan sosial budaya sangat mempengaruhi seseorang untuk menciptakan desain. Penggunaan warna, bentuk, serta gaya ilustrasi sangat dipengaruhi oleh keaadan sosial dan budaya masyarakat pada saat desain dibuat.

## 2.2 Unsur-unsur Pembangun Sebuah Logo

### 2.2.1 Tipografi

Secara tradisional istilah tipografi berkaitan erat dengan *setting* huruf dan percetakannya. Pengaruh perkembangan teknologi *digital* yang sangat pesat pada masa kini membuat makna tipografi semakin luas. Kini tipografi dimaknai sebagai: segala disiplin yang berkenaan dengan huruf. Pada prakteknya, saati ini tipografi telah jauh berkolaborasi dengan bidang-bidang lain, seperti multimedia dan animasi, *web* dan *online media* lainnya, senimatografi, interior, arsitektur, desain produk dan lain-lain (Rustan, 2011).

#### 2.2.1.1 Jenis-jenis Huruf

Ada banyak sekali *typeface* yang tersedia di dunia saat ini, untuk itu diperlukan pengklasifikasian *typeface*. Tujuan klasifikasi adalah untuk memudahkan orang dalam mengidentifikasi dan memilih *typeface* yang akan digunakan. Alexander Lawson (Rustan, 2011) memperkenalkan klasifikasi yang dikelompokkan berdasarkan sejarah dan bentuk huruf, yaitu:

- *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.*




Gambar II.11 Font Old English Text yang merupakan salah satu contoh jenis font *black letter*

Sumber: Data telah diolah oleh peneliti

- *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.*




Gambar II.12 Font Centaur yang merupakan salah satu contoh jenis font *humanist/venetian*

Sumber: Data telah diolah oleh peneliti

- *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.*




Gambar II.13 Font Garamond yang merupakan salah satu contoh jenis font *old style/old face/garalde*

Sumber: Data telah diolah oleh peneliti

- *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.*




Gambar II.14 Font Times New Roman yang merupakan salah satu contoh jenis font *Transitional/Reales*

Sumber: Data telah diolah oleh peneliti

- *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.*




Gambar II.15 Font Bodoni MT yang merupakan salah satu contoh jenis font *modern/didone*

Sumber: Data telah diolah oleh peneliti

- *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.*




Gambar II.16 Font Gill Sans yang merupakan salah satu contoh jenis font sans serif

Sumber: Data telah diolah oleh peneliti

- *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.*




Gambar II.17 Font Brush Script yang merupakan salah satu contoh jenis font script/cursive

Sumber: Data telah diolah oleh peneliti

- *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*.




Gambar II.18 Font Rosewood yang merupakan salah satu contoh jenis font *display/decorative*

Sumber: Data telah diolah oleh peneliti

Berikut klasifikasi huruf yang dikelompokkan berdasarkan urutan waktu pembuatan dan contoh hurufnya:

- *Old Style*

  Jenis huruf ini memiliki ciri pada pertemuan *stem* dan *serif* yaitu berbentuk sudut melengkung: Contoh dari jenis huruf ini yaitu Bembo, Caslon, Galliard, Garamond (Sihombing, 2001)
- *Transitional*

  Jenis huruf ini memiliki ciri pada pertemuan *stem* dan *serif* yaitu berbentuk sudut lengkung, dan ketipis-tebalan pada strokenya terlihat sedikit kontras. Contoh dari jenis huruf ini yaitu Baskerville, Perpetua, Times New Roman (Sihombing, 2001)
- *Modern*

  Jenis huruf ini memiliki ciri pada pertemuan *stem* dan *serif* yaitu berbentuk sudut siku, dan ketipis-tebalan pada strokenya terlihat ekstrim. Contoh dari jenis huruf ini yaitu Bodoni (Sihombing, 2001)
- *Egyptian/Slab Serif*

  Jenis huruf ini memiliki ciri pada pertemuan *stem* dan *serif* yaitu berbentuk sudut lengkung, umumnya lebar keduanya sama, dan ketipis-tebalan pada strokenya terlihat sedikit kontras. Contoh dari jenis huruf ini yaitu Bookman, Serifa (Sihombing, 2001)
- *Sans Serif*

  Jenis huruf ini tidak memiliki serif, dan ketipi-tebalan *stroke*-nya umumnya sama besar. Contoh dari jenis huruf ini yaitu Franklin Gothic, Futura, Gill Sans, Optima (Sihombing, 2001)

#### 2.2.1.2 Sifat Dan Kesan Huruf

Berikut adalah beberapa tipe huruf yang 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, 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*, 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 termpil 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.

### 2.2.2 Garis

Garis sering kali diartikan hanya sebagai dua titk yang dihubungkan. Namun, sesungguhnya kehadiran "garis" bukan saja hanya sebagai tetapi juga sebagai simbol emosi yang diungkapkan lewat garis, atau lebih tepat disebut goresan.

Garis mempunyai peranan sebagai garis, yang kehadirannya sekedar untuk memberi tanda dari bentuk logis, seperti yang terdapat pada ilmu-ilmu eksakta pasti. Garis punya peranan sebagai lambang, yang kehadirannya merupakan lambang dari informasi yang sudah dikenal oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, seperti pada lambang yang terdapat pada logo, tanda pada peraturan lalu lintas, dan lambang-lambang lannya yang dapat dijumpai pada kehidupan sehari-hari (Kartika, 2004).

Garis di samping memiliki peranan dalam sebuah karya desain, namun juga juga mempunyai sifat yaitu formal dan non formal, misalnya garis-garis geometrik yang bersifat formal, beraturan, dan resmi. Garis-garis non geometrik bersifat tak resmi, dan cukup fluwes, lemah-gemulai, lembut, acakacakan, yang

semuanya tergantung pada intensitas pembuat garis saat itu (Soegeng TM.ed, 2004)

### 2.2.3 Bentuk

Bentuk atau *form* adalah tubuh atau massa atau suatu bidang yang dibatasi oleh garis maupun warna yang berbeda atau gelap terang karena adanya tekstur. Dalam pengolahan bentuk sebuah objek terkadang terjadi beberapa perubahan bentuk sesuai dengan selera maupun latar belakang desainernya. Perubahan bentuk tersebut antara lain:

Berikut adalah beberapa tipe huruf yang memiliki karakter atau kepribadian tertentu, diantaranya adalah sebagai berikut:

- *Stilasasi* merupakan cara penggambaran untuk mencapai bentuk keindahan dengan cara menggayakan objek atau benda yang digambar, yaitu dengan cara menggayakan setiap kontur pada objek atau benda tersebut (Kartika, 2004).
- *Distorsi* adalah penggambaran bentuk yang menekankan kepada pencapaian karakter, dengan cara menonjolkan karakteristik objek visual itu sendiri (Sulradjijo, 1999). *Distorsi* juga merupakan penggambaran dengan cara memperkuat wujud-wujud tertentu pada benda atau objek yang digambar (Kartika, 2004)
- *Transformasi* adalah penggambaran bentuk yang menekankan pada pencapaian karakter, dengan cara memindahkan wujud atau figure dari objek lain ke objek yang digambar. Contoh pengubahan bentuk transformasi ini dapat dilihat dari karya seni Yunani zaman dulu. Penggambaran manusia berkepala hewan maupun sebaliknya untuk penggambaran karakter manusia setengah dewa. Hal ini dilakukan untuk mencapai karakter ganda (Kartika, 2004).
- *Disformasi* merupakan penggambaran bentuk yang dilakukan dengan cara mengubah bentuk objek dengan cara menggambarkan objek tersebut dengan hanya sebagian yang dianggap mewakili, atau pengambilan unsur tertentu yang mewakili karakter objek tersebut (Kartika, 2004).

### 2.2.3.1 Sifat dan Kesan Garis

Garis memiliki sifat-sifat, seperti pendek, panjang vertikal, horizontal, lurus, lengkung, berombak, putus-putus, bertekstur, dan sebagainya (Kusrianto, 2007). Goresan suatu garis memiliki arti/kesan berikut:

- **Garis tegak:** kuat, kokoh, tegas, dan hidup.
- **Garis datar:** lemah, tidur, dan mati.
- **Garis lengkung:** lemah, lembut, mengarah.
- **Garis patah:** tegas, tajam, hato-hati, naik turun.
- **Garis miring:** sedang, menyudutkan.
- **Garis berombak:** halus, lunak berirama.

Garis memilki fungsi:

- Sebagai abstrak bentuk
- Sebagai simbol pertemuan antara dua bidang yang berpotongan
- Sebagai ekspresi tau ungkapan suatu ide
- Sebagai irama gerak

### 2.2.4 Warna

Fungsi logo sebagai media promosi tidak dapat dilepaskan dengan keberadaan warna. Warna dalam promosi adalah salah satu unsure yang menghasilkan daya terik visual, dan kenyataannya warna lebih memiliki daya tarik pada emosi dari pada akal. Warna membantu memastikan bahwa desain grafis yang dalam hal ini adalah logo memiliki daya tarik maksimum; ini merupakan faktor vital dalam menciptakan sebuah logo. Menurut Danger (1992) warna mencapai targetnya melalui:

- Respon fisiologis

  Warna menarik perhatian, betapapun netrlnya pesan yang disampaikan.
- Respon psikologis

  Warna dapat membantu menyatakan kehangatan, kedinginan, kualitas, rasa hati dan emosi lainnya karena warna didasarkan pada tabiat manusia.
- Daya tarik pada indera

Warna dapat menambah dimensi dan realisme

- Daya tarik pada emosi

  Warna dapat menyatakan kesenangan dan untuk meningkatkan penampilan.

Pada dasarnya warna adalah suatu mutu cahaya yang dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia. Berbagai teori dari beberapa bidang ilmu mencoba untuk mengkaji teori warna, hasil dari penelitian itulah yang sekarang dapat diketahui ketika membicarakan perspektif warna melalui beberapa konsep, seperti desain, watak manusia, maupun alam semesta. Berikut pengelompokkan teori warna ke dalam tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

#### 2.2.4.1 Konsep Ilmu Pengetahuan

Bidang ilmu pengetahuan telah meneliti mengenai warna untuk berbagai kebutuhan, tetapi ilmu fisika merupakan bidang ilmu yang meletakkan konsep dalam teori warna. Ada beberapa nama yang dapat dijadikan referensi ketika berbicara mengenai teori warna, antara lain sebagai berikut:

- **Teori Optik**

  Isaac Newton adalah salah seorang fisikawan yang mengkaji tentang teori optic yang kemudian menghasilkan penemuannya mengenai refraksi cahaya menggunakan prisma kaca segitiga yang menghasilkan spectrum warna.

- **Komplementer**

  Teori ini merupakan teori warna yang dicetuskan oleh Brewster. Pada prinsipnya teori ini menggunakan pengelompokkan pada berbagai macam warna-warna yang sering dilihat pada lingkaran warna, antara lain sebagai berikut:

  — **Warna Primer**

    Menurut teori ini warna primer terdiri dari beberapa warna dasar, yang berarti bukan merupakan percampuran dari warna lainnya.

Misalnya, warna merah yang menyerupai warna darah, warna biru seperti warna langit cerah atau laut, dan warna kuning seperti kuning telur. Meskipun awalnya banyak pendapat yang menyatakan bahwa hijau juga termasuk, tetepi teori dari Brawster ini membantahnya.

— **Warna Sekunder**

Secara teoritis warna jenis ini merupakan hasil percampuran dari warna primer. Contohnya seperti warna merah dan kuning yang kemudian menjadi jingga atau biru dan kuning yang akan menjadi warna hijau, dan merah dan biru akan menjadi warna ungu.

— **Warna Tersier**

Warna tersier merupakan hasil percampuran dari salah satu warna sekunder. Misalnya, hijau kebiru-biruan yang merupakan percampuran dari warna kuning dan hijau.

— **Warna Netral**

Warna netral merupakan jenis warna hasil dari campuran ketiga warna primer. Jenis warna ini menjadi jenis warna yang dapat dikombinasikan dengan warna apapun. Misalnya, warna hitam, atau kelabu. Para ahli menyebut campuran dari warna ini sebagai warna *intermediate*.

- **Teori Munsel**

Sesuai dengan namanya sendiri Albert Munsel. Berbeda dengan teori sebelumnya Munsel mengatakan bahwa warna terdiri atas:

— Warna Primer: yang terdiri dari warna merah, hijau, biru, dan jingga.

— Warna sekunder: yang terdiri dari jingga, hijau muda, hijau tua, biru tua, dan nila.

### 2.2.4.2 Konsep Estetika

Ada beberapa teori yang berhubungan dengan konsep estetika, antara lain sebagai berikut:

- **Teori Warna Prang**

  Menurut Louis Prang warna dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

  — Hue merupakan bagian yang membahas mengenai nuansa emosi dalam warna.

  — Intensity merupakan teori yang menyebutkan warna cerah dan redupnya warna.

  — Value merupakan pembahasan mengenai gelap terangnya warna yang biasanya dapat dilihat melalui desain busan maupun dekorasi dari suatu ruangan.

  Secara kelasnya, pembagian dari warna, antara lain sebagai berikut:

  — Warna Antara merupakan warna campuran dari warna *primary* dan *binary*.

  — Warna ketiga merupakan campuran dari warna *binary*. Misalnya, violet yang kemudian dicampur dengan hijau atau sebagainya.

  — *Quantemary* merupakan warna campuran dari dua warna tersier, seperti hijau violet dengan violet *orange.*

- **Teori Nirmana**

  Teori ini membahas mengenai penyusunan komponen visual yang meliputi titik, garis, warna, ruang, dan tekstur yang terintegrasi secara harmonis. Dalam persepektif lain teori ini dapat disebut juga ilmu tata rupa. Secara sederhana Nirmana dapat dilihat penerapannya mulai dari dunia fotografi, arsitektur, juga dunia desain.

### 2.2.4.3 Konsep Psikis

Pada konsep ini, teori warna lebih berperan pada pembacaan karakter manusia. Pembahasan teori ini bukan lagi pada sisi bagaimana warna

dikelompokkan atau dicampurkan menjadi warna yang baru, tetapi lebih kepada makna dari warna tersebut. Ada beberapa warna yang dapat mendefinisikan hal tersebut, antara lain:

- **Merah**

  Warna ini menggambarkan keadaan psikis yang berhubungan dengan semangat dan memiliki pengaruh pada produktivitas, kompetitif, dan keberanian. Ada beberapa arti warna merah, antara lain sebagai berikut:

  — Merah terang. Warna ini berhubungan dengan agresif, aktif, eksentrik, serta berpengaruh pada gairah, dominasi, seta kejantanan.

  — Merah jambu. Warna ini melambangkan romantisme dan feminism yang berpengaruh pada kesan seseorang yang pasrah, menggemaskan dan jenaka.

- **Biru**

  Warna yang melambangkan ketenangan dan sifat seseorang yang *coolingdown* atau bijaksana. Ada beberapa arti warna biru, antara lain sebagai berikut:

  — Biru tua. Warna ini melambangkan perasaan yang stabil dan cenderung bermakna kecerdasan, kooperatif, dan tenang.

  — Biru tua. Warna ini melambangkan karakter dari seseorang yang keras kepala, berpendirian teguh serta kebanggaan pada diri sendiri.

- **Kuning**

  Orang yang menyukai warna ini cenderung memiliki karakter menyenangkan, santai, dan sering menunda masalah. Sifatnya spontan juga menyebabkannya sering berubah-ubah sekaligus juga memiliki banyak harapan pada apa yang sedang dilakukannya.

- **Hijau**

  Seseorang yang menyenangi warna ini cenderung memiliki sifat yang lebih hebat dari orang lain, orang penyuka warna ini juga senang

dengan pujian, baik yang terselubung maupun langsung, dan karakter ini juga suka untuk menasehati orang lain.

- **Hitam**

  Pada banyak pembahasan karakter penyuka warna ini diangap misterius atau cenderung tertutup, tetapi penafsiran lain tentang makna karakter dari penyuka warna ini adalah seseorang yang seringkali merasakan kehampaan.

- **Indigo (biru keunguan)**

  Dalam perspektif ini makna warna tidak lagi meliputi warna kesukaan, tetapi lebih kepada karakter orang tersebut yang memancarkan warna ini.

  Melalui pembahasan tersebut dapat diketahui bahwa warna tidak sekedar menjadi syarat suatu objek disebut indah secara estetis, tetapi warna juga dapat bermakna dalam melambankan suatu budaya, penemuan ilmu pengetahuan, karakteristik dari sifat manusia, hingga kepada sebuah karya desain.

#### 2.2.4.4 Makna Warna

Menurut Rustan (2009) memaparkan daftar warna dan maknanya, diantaranya adalah sebagai berikut:

- **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.
- **Putih:** rendah hati, suci, netral, tidak kreatif, masa muda, bersih, netral, cahaya, penghormatan, kebenaran, salju, damai, *innocence*, simple, aman, dingin, penyerahan, takut, tanpa imajinasi, udara, kematian (tradisi timur), kehidupan, perkawinan (tradisi barat), harapan, lemah lembut, kosong, bulan Januari.
- **Hitam:** klasik, baru, ketakutan, depresi, kemarahan, kematian (tradisi barat), kecerdasan, pemberontakkan, misteri, ketiadaan, modern, kekuatan, hal-hal duniawi, formal, elegan, kaya, gaya kejahatan, serius,

mengikuti kecenderungan social, anarki, kesatuan, dukacita, *professional*.

- **Merah:** perayaan, kekayaan, nasib baik (Cina), suci, tulus, perkawinan (India), perkabungan (Afrika Selatan), setan (tradidi modern Barat), gairah, kuat, energy, api, cinta, roman, gembira, cepat, panas, sombong, ambisi, maskulin, tenaga, bahaya, menonjol, darah, perang, marah, revolusi, radikal, sosialisme, komunisme, agresi, penghormatan, martir, roh kudus.
- **Biru:** laut, manusia, produktif, isi dalam, langit, damai, kesatuan, harmoni, tenang, percaya, sejuk, kolot, air, es, setia, bersih, teknologi, musim dingin, depresi, dingin, idealism, udara, bijaksana, kerajaan, bangsawan, bumi, zodiac Virgo, Pices, Aquarius, kuat, tabah, cahaya, ramah, perkabungan (Iran), kebenaran, cinta, keagamaan, mencegah roh jahat, kebodohan dan kesialan.
- **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, zodiac Cancer, pembaruan, pertumbuhan, kesehatan, bulan Agustus, keseimbangan, harmoni, stabil, tenang, kreatif, Islam.
- **Kuning:** sinar matahari, gembira, bahagia, tanah, optimis, cerdas, idealism, kaya (emas), musim panaas, harapan, udara, liberalism, pengecut, sakit (karantina), takut, bahaya, tidak jujur, serkah, lemah, feminism, bergaul, persahabatan, zodiac Gemini, Taurus, Leo, April, bulan September, kematian (abad pertengahan), perkabungan (Mesir), berani (Jepang), Tuhan (kuning emas).
- **Purple:** bangsawan, iri, sensual, spiritual, kreativitas, kaya, kerajaan, upacara, misteri, bijaksana, pencerahan, sombong, flamboyant, menonjol, perkabungan, berlebihan, tidak senonoh, biseksual, kebingungan, harga diri, zodiac Scorpio, bulan Mei, November, kaya, romantic, kehalusan, penebusan dosa.

- **Jingga:** hinduisme, Buddhisme, kebahagiaan, energy, keseimbangan, panas, api, antusiasme, flamboyan, kesenangan, agresi, sombong, menonjol, emosi berlebih, peringatan, bahya, musim gugur, hasrat, zodiac Sagitarius, bulan September, kerajaan (Belanda), Protestanisme (Irlandia).
- **Cokelat:** tenang, berani, kedalaman, makhluk hidup, alam, kesuburan, desa, stabil, tradisi, ketidaktepatan, fasisme, tidak sopan, bosan, cemar, berat, miskin, kasar, tanah, bulan Oktober, zodiac Capricorn, Scorpio, membumi, selera makan, menyehatkan, tabah, simpel, persahabatan, ketergantungan.
- **Pink:** musim semi, rasa syukur / terimakasih, penghargaan, kagum, simpati, feminism, kesehatan, cinta, roman, bulan Juni, perkawinan, sukacita, *innocence*, kekanakan.

### 2.2.5 Dasar Pendesainan Logo

Menurut Jacob Cass (Supriyono, 2010) Menjelaskan prinsip-prinsip pendesainan logo yaitu sebagai berikut:

- Logo harus mampu mendekripsikan perusahaan atau produk (*describable*).
- Jika dicetak hita-putih (tanpa warna), logo tetap efektif dan menarik (*effective without colour*).
- Logo harus simpel dan mudah diingat (*memorable*).
- Dalam ukuran kecil, logo masih bisa dibaca dan dapat dikenali (*scalable*).

Menurut David E Carter (Kusrianto, 2007) Menjelaskan pertimbangan-pertimbangan tentang logo yang baik itu harus mencakup beberapa hal sebagai berikut:

- *Original* dan *Destinctive*, atau memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas.
- *Legible*, atau memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.

- *Simple* atau sederhana, dengan pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relative singkat.
- *Memorable*, atau cukup muda diingat, karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang relative lama.
- *Easily associated with company*, di mana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.
- *Easily adaptable for all graphic media*. Di sini, factor kemudahan mengaplikasikan (memasang) logo baik yang menyangkut bentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada saat proses perancangan. Hal itu untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya.

## 2.3 Kebutuhan Logo Bagi Perusahaan

Berikut adalah poin menengenai kebutuhan logo bagi perusahaan menurut Suproyono (2010), di antaranya adalah sebagai berikut:

- Memperkenalkan identitas perusahaan
- Mempresentasikan citra perusahaan
- Bagi konsumen, membantu mengenali produk ataupun perusahaan.
- Media promosi