BAB II

IDENTITAS PERUSAHAAN DAN ELEMEN VISUAL

II.1 Teori Logo

Logo memiliki kriteria yang sesuai dengan kebutuhan identitas perusahaan. Proses memvisualisasikan logo dibutuhkan ketepatan pertimbangan karena logo dan sistem identitas bukan hanya sekedar visual saja tapi bertujuan sebagai komunikasi perusahaan. Logo sebagai entitas yang mewakili perusahaan dalam bentuk nyata berupa visual yang bisa dilihat dengan tujuan menkomunikasikan visi, misi dan budaya perusahaan(Suwardikun, 2000, h.7). Logo adalah bagian dari identitas perusahaan. Logo bisa dilihat dengan mata. Tujuan logo sebagai identitas perusahaan adalah mengkomunikasikan visi, misi perusahaan yang mewujudkan sesuatu yang non visual, seperti budaya prilaku, sikap, kepribadian, untuk dijadikan bentuk visual. Sedangkan menurut David E. Carter (seperti dikutip Kurniawan 2008, h.7) juga menjelaskan "logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Logo dapat juga disebut dengan simbol, tanda gambar, *trademark* yang berfungsi sebagai lambang identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenal yang merupakan ciri khas perusahaan".Evelyn Lip, David E. Carter (seperti dikutip Adi Kusrianto, 2007, h.234) Untuk itu desain logo atau merek dagang yang baik memerlukan kondisi-kondisi yang perlu dipertimbangkan dalam membuat logo yang baik:

Kondisi – kondisi dan pertimbangan yang ada pada logo sebagai identitas perusahaan.		
Evelyn Lip		**David E. Carter**
No.	Kondisi-kondisi yang harus dipenuhin logo sebagai identitas	Pertimbangan dalam membuat logo yang baik.

	visual perusahaan.	
1.	Harus sesuai dengan kebudayaan perusahaan.	*Original & Desctinctive*
		Adalah memiliki nilai kekhasan, keunikan dan daya pembeda yang jelas.
2.	Logo harus menyandang citra yang diinginkan dan menunjukkan keadaan sebenarnya atau kegiatan dari perusahaan serta menggambarkan sasaran komersial organisasinya yang diwakilinya, sedangkan merek dagang harus didesain untuk mewakili produk suatu perusahaan.	*Legible*
		Adalah memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.
3.	Harus merupakan alat komunikasi visual.	Sederhana
		Mudah dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.
4.	Harus seimbang dan, karena itu, bisa dengan hitam putih atau seimbang dalam warna.	*Memorable*
		Memiliki keunikan yang mudah di ingat, bahkan dalam kurun waktu yang lama.
5.	Logo harus menggambarkan suatu irama dan proporsi.	*Easily associated with the company*
		Mudah diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan.
6.	Harus artistik, elegan, sederhana namun memiliki penekanan atau titik fokus.	*Easily adaptable for all graphic media*
		Kemudahan mengaplikasikan logo baik yang menyangkut bentuk fisik, warna

		maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada proses perancangan. Hal ini itu untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya.
7.	Desainnya harus harmonis.	
8.	Harus menggabungkan tulisan/huruf yang tepat sehingga dapat menyampaikan pesan yang dimaksud secara logis dan jelas.	
9.	Harus menguntungkan secara *Feng Shui* dan seimbang dalam unsur *yin* dan *yang*. (Lip, 1996, h.3-4)	

Tabel 1.1.1. Kondisi – kondisi dan pertimbangan yang ada pada logo sebagai identitas perusahaan menurut Evelyn Lip dan David E. Carter.

II.1.1 Tujuan dan Fungsi Logo

Tujuan dari logo sebagai identitas perusahaan menurut David E. Carter (seperti dikutip Al, 1982, h.6), sedangkan fungsi logo sebagai identitas perusahaan menurut John Murphy dan Michael Rowe (1998, h.8) yaitu :

Tujuan dan fungsi logo sebagai identitas perusahaan menurut:		
No.	**Tujuan Logo menurut David E. Carter**	**Fungsi Logo menurut John Murphy dan Michael Rowe**
1.	Sebagai ciri khas dan identitas agar mudah dikenal oleh publik.	Identifikasi:
		Logo perusahaan dapat diidentifikasi perusahaan tersebut bergerak di bidang apa dan barang serta jasa apa yang

		dihasilkan.
2.	Sebagai penunjuk karakter perusahaan di mata publik.	Pembeda:
		Logo dapat membedakan perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, produk yang satu dengan produk yang lainnya.
3.	Menginformasikan jenis usaha untuk membangun citra.	Komunikasi:
		Logo berperan sebagai pemberi informasi (jika berupa rambu-rambu), dan dapat juga menjadi pemberi tahu keaslian sebuah produk.
4.	Mempresentasikan semangat dan cita-cita perusahaan.	Merupakan aset yang berharga.
		Jika produk tersebut lebih dikenal di negara-negara lain maka suatu perusahaan/merek akan dihargai dengan cara waralaba.
5.	Menumbuhkan kebanggaan di antara anggota perusahaan.	Mempunyai kekuatan hukum.
		Logo yang telah diregistrasi dapat dijadikan jaminan kualitas produk yang dilindungi Undang-Undang.

Tabel. II.I. Tujuan dan fungsi logo sebagai identitas perusahaan menurut David E. Carter, John Murphy dan Michael Rowe.

II.1.2 Jenis-jenis Logo

Berdasarkan pendapat John Murphy dan Michael Rowe (seperti dikutip Perdana, 2007, h.14), logo berdasarkan elemen visualnya terbagi enam yaitu logo berupa nama (*name only logos),* logo berupa nama dan gambar (*name/symbol logos*), logo berupa inisial/singkatan nama (*initial letter logos*), logo berupa nama dengan visual yang

khusus (*pictorial name logos*), logo asosiatif (*associative logos*), logo dalam bentuk kiasan (*allusive logos*), logo dalam bentuk abstrak (*abstract logos*).

Jenis-jenis Logo menurut John Murphy	
No.	**Pengertian& contoh logo**
1.	Logo berupa symbol (*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.
	 Gambar II.2 Contoh logo berupa nama dan gambar. Sumber: www.stoklogo.blogspot.com (Data telah diolah oleh peneliti). Diakses pada : 7 Agustus 2013.
2.	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 dengan sebelumnya. Contohnya logo *Coca-Cola*. Jika nama perusahaan tersebut diganti maka kekhususan dan integritas dari logo akan tetap terlihat.
	 Gambar II.4 Contoh logo berupa nama dengan visual yang khusus. Sumber: www.237desain.blogspot.com (Data telah diolah oleh peneliti). Diakses pada : 7 Agustus 2013.
3.	Logo asosiatif (*Associative logos*)

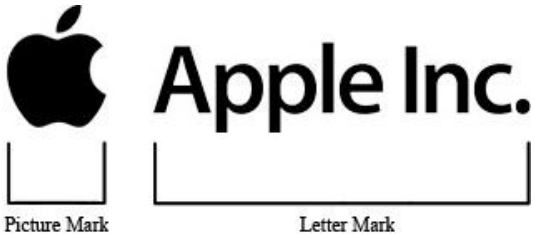
	Logo ini biasanya berdiri sendiri dan bukan berupa nama produk atau lembaga, namun memiliki asosiasi langsung dengan nama lembaga, produk atau daerah aktivitas yang dijalani oleh lembaga tersebut. Logo jenis ini memiliki tampilan visual dari pengolahan teks dan gambar yang secara tepat dan sederhana yang dapat merepresentasikan produk dan lembaga secara langsung. Kelebihan logo asosiatif adalah mudah dipahami dan memberikan pertimbangan yang fleksibel bagi pemilik logo tersebut.
	 Gambar II.5 Contoh logo asosiatif. Sumber: www.effendirusdiana.com (Data telah diolah oleh peneliti) Diakses pada : 7 Agustus 2013.
4.	Logo dalam bentuk kiasan (*Allusive logos*)
	Logo jenis ini memiliki tampilan visual yang mengingatkan bentuk kiasan dari benda-benda tertentu. Bentuk kiasan pada logo jenis ini merupakan penarik (*focus of interest*) yang dapat digunakan dalam hubungan masyarakat (*public relation*). Hubungan logo dengan bentuk-bentuk kiasan tersebut terjadi secara kebetulan dan dihubung-hubungkan saja. Logo jenis ini tidak dapat langsung memberikan hubungan antara nama lembaga atau produk dengan logonya dan pada kenyataannya.
	 Gambar II.6 Contoh logo dalam bentuk kiasan. Sumber: www.dumetschool.com (Data telah diolah oleh peneliti) Diakses pada : 7 Agustus 2013.

Tabel. II. Jenis-jenis Logo dan contoh logo menurut John Murphy

Sumber: Junaedi (2003) (Data telah diolah oleh peneliti).

II.1.3 Anatomi Logo

Logo bisa berupa gambar, tulisan, atau gabungan antara keduanya. Anatomi logo bisa membantu memahami jenis dan elemen visual pembentuk logo. Surianto Rustan (2009) menjelaskan bahwa "mengetahui anatomi dan jenis logo akan mempermudah dalam menentukan logo apa yang akan dibuat dan jenis mana yang paling mewakili kepribadian entitasnya" (h.88). Per Mollerup (seperti dikutip Surianto Rustan, 2009) menjelaskan "*picture mark* dan *letter mark*, kiranya cukup memadai untuk menyebut elemen gambar dan elemen tulisan dalam sebuah logo."



Gambar II.7 Anatomi logo Apple Inc.

Sumber: www.apple.com (Data telah diolah oleh peneliti)

Diakses pada : 7 Agustus 2013.

II.2 Elemen Visual

Logo dalam melakukan perencanaan identitas perusahaan yang mampu mengkomunikasikan isi citra produk atau perusahaan. Logo sebagai salah satu aplikasi dari identitas perusahaan dapat juga berfungsi sebagai pembeda antara perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya. Sebagai suatu karya seni rupa, sebuah logo tidak lepas dari elemen-elemen seni rupa dasar yang membentuknya. Adams (seperti dikutip Ramanda, 2011, h.29) menjelaskan bahwa elemen-elemen visual tersebut terbagi menjadi empat yaitu garis, bentuk, warna, dan tipografi.

II.2.1 Garis

Pengertian garis menurut Leksikon Grafika merupakan benda dua dimensi yang tipis dan memanjang. Sedangkan Lillian Gareth berpendapat bahwa garis merupakan sekumpulan titik yang jika dideretkan maka dimensi panjangya akan tampak menonjol dan sosoknya disebut dengan garis dalam hubungannya sebagai elemen

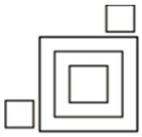
seni rupa, garis memiliki kemampuan untuk mengungkapkan suasana. Suasana yang tercipta dari sebuah garis terjadi karena proses stimulasi dari bentuk-bentuk sederhana yang bila dilihat, yang diwakili dengan bentuk garis tersebut.

Jadi garis akan memiliki makna saat persepsi manusia mengasosiasikannya bentuk-bentuk yang dominan dengan bentuk lengkung seperti penari atau gerak ombak di laut. Bentuk garis terbagi menjadi tiga yaitu garis lurus, garis lengkung dan garis bersudut. Dalam penggunaannya, garis mempunyai arah seperti horisontal, vertikal, diagonal. Garis pun mempunyai dimensi seperti tebal, tipis, panjang dan pendek, juga saling berhubungan dalam bentuk garis paralel atau sejajar, garis memancar atau radiasi dan garis yang saling berlawanan.

Sedangkan menurut Steven Bradley garis terbagi menjadi empat jenis, yaitu garis yaitu garis kontur, garis pemisah, garis dekorasi, garis *gesture*. Lalu Bradley menjelaskan arti dari jenis garis diagonal dan lengkung sebagai berikut. Garis diagonal adalah garis miring ke kanan atau kiri dimana arah garis bisa miring ke kiri atau ke kanan. Selanjutnya garis lengkung meliputi mengapung, lengkung kubah dan lengkung busur. Garis ini merupakan garis lurus yang ditekuk atau ditekukan sehingga menyerupai suatu lengkungan. Pendapat berbeda disampaikan Sadjiman Ebdi (seperti dikutip Saputra, 2006, h.72) karakter garis merupakan bahasa rupa dari unsur garis. garis horizontal, garis vertikal, garis diagonal, garis *zig zag*, garis lengkung dan garis s.

(seperti dikutip Subagja, 2011, h.14), Selanjutnya garis menurut Kusmiati, R. Artini Pudjiastuti Sri dan Supandar Pamudi garis terbagi menjadi lima jenis garis yaitu garis lurus, garis vertikal, garis horizontal, garis diagonal dan garis lengkung. Untuk menjelaskan jenis garis, simbol, asosiasi, karakter, kesan, arti bisa dilihat dalam tabel dibawah:

Pengertian macam-macam garis menurut Steven Bradley, Kusmiati, R. Artini Pudjiastuti Sri dan Supandar Pamudi, Junaedi.

Jenis garis	Gambar	Pengertian
Garis kontur		Garis yang memberikan batas-batas tepi dalam objek atau sekitar objeknya.
Garis pemisah		Garis yang dapat menentukan tepi dalam bentuk. Hingga garis ini bisa membedakan ruang didalam objek.
Garis dekorasi		Garis yang sifatnya hanya hiasan saja.
Garis *gesture*.		Garis yang memberikan tanda isyarat.

Jenis garis dan Gambar					
Horisontal	Diagonal	Vertikal	Lengkung S	Lengkung	Zigzag
					

Garis diagonal	Garis lengkung
	
Yaitu garis miring ke kanan atau ke kiri.	Meliputi lengkung mengapung, lengkung kubah dan lengkung busur.
Dimana arah garis bisa miring ke kiri atau ke kanan.	Merupakan garis lurus yang ditekuk atau dibengkokkan sehingga menyerupai suatu lengkungan.

Simbol

Kedinamisan, kegesitan, kelincahan.	Kemegahan, kekuatan dan kedinamisan.
Asosiasi	
Orang lari, pohon doyong dan obyek yang mengesankan keadaan tidak seimbang.	Gumpalan asap, buih sabun, balon.
Karakter	
Menurun, rapuh, jatuh, miring.	Ringan, tenang, dinamis dan kuat.
Kesan	
Aman, gerakan, semangat, gelora serta perlawanan.	Kuat, sensitif, dan ekspresif.
Arti	
Kenaikan atau penurunan	Lembut.
Aksi dan gerakan.	Membentuk keanggunan di antara dua titik.
Ketegangan atau kegembiraan.	Mengekspresikan gerakan cairan.
Dramatis.	Tenang atau dinamis.

Tabel II.9 Jenis-jenis garis, karakter, simbol, asosiasi, kesan, arti dari garis diagonal dan lengkung menurut Steven Bradley, Kusmiati, R. Artini Pudjiastuti Sri dan Supandar Pamudi, Junaedi.

Sumber: Junaedi (2003) (Data telah diolah oleh peneliti).

II.2.2 Bentuk

(Subagja, 2011, h.15), Bentuk-bentuk geometris merupakan simbol mewakili nilai emosional, yang didalamnya memiliki kesan. Bentuk menurut Kusmiati, R. Artini Pudjiastuti Sri, Supandar Pamudi berdasarkan jenisnya bentuk dasar dapat dibagi tiga yaitu:

Bentuk	Asosiasi:	Simbol:

	Kekuatan, agresi, pergerakan, dinamis dan perasaan maskulin.	Trinitas (sebuah konsep religius yang berdasarkan pada tiga unsur alam semesta yaitu Tuhan, manusia dan alam), Api, agung, bijaksana, agama, energi dan kekuatan.
	Keteraturan dan keamanan.	Tanah dan perasaan maskulin.
	Menyeluruh keamanan, kesatuan dan ketahanan.	Kehangatan, perasaan wanita, kenyamanan.

Tabel II.10. Jenis-jenis garis.

Sumber: Junaedi (2003) (Data telah diolah oleh peneliti)

II.2.2.1 Bunga Teratai

Bunga (menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia tahun, 2008) bunga adalah bagian tumbuhan yg akan menjadi buah, elok warnanya dan harum baunya. Bunga teratai tumbuh di lingkungan air yang berlumpur, kotor, dengan akar serabut yang saling mengait. Tanaman air ini bunganya berwana putih terang dan merah muda. Sementara daunnya tumbuh ke arah atas hingga mengambang di atas air dan tidak basah tercemar oleh air yang kotor. Sehingga tetap kering, bersih. Indah, bersih tidak tercemar.

Keindahan inilah yang juga menginspirasi karya seni, puisi, arsitektur, dan desain dalam budaya Cina. Makna dari bunga teratai dipengaruhi oleh Agama Budha dan Hindu yang selanjutnya menjadi makna dasar dari budaya modern. Jadi makna teratai yang universal berasal dari Agama Buddha dan Hindu (Wiana, Ketut. Pustaka Manikgeni, Yadnya dan Bhakti, 1993).

Bunga teratai		
Bagian Tanda	**Makna**	**Simbol**
	Dijelaskan secara subjektif	**Dijelaskan secara Objektif**
Bunga Teratai	Selalu berpikir yang positif.	Semangat untuk mengatasi kesengsaraan hidup dan kesempurnaan.
	Harmoni	Seperti Bila air pasang,maka teratai ikut naik, bila air surut, maka akan ikut turun.
	Reinkarnasi:	Kelahiran kembali dari kematian dan bangkit kembali.
	Kehidupan yang tidak terpengaruh keburukan alam dari lingkungannya.	Bekerja keras untuk keluar dari segala masalah dan suci kembali.
		Bunga yang bersemi di bulan Juli.
		Mewujudkan manusia yang beriman dan bertaqwa.
		Kesucian sebagai hakikat ilmu pengetahuan.
Daun	Teratai daunnya ada di permukaan air.	Kehormatan.
		Kesehatan.
		Keberuntungan.

		Potensi dan kekayaan,
		Perwakilan dari penciptaan
		Pembaruan kosmik
Kuncup	Kekuatan yang membumbung tinggi ke atas	Umur Panjang.
Bunga teratai warna merah	Pencapaian tingkat kesadaran tertinggi dalam kehidupan.	Kesucian yang keindahannya dimiliki manusia mulai dari yang rendah (hina).
Kelopak	Bunga dengan seribu kelopak.	terkait dengan Sahasrara dan memang semua chakra.
	Kelopaknya teratur dan lancip-lancip.	Kesucian.
	Tetesan air yang meluncur dari kelopak teratai	Kemurnian
		Ucapan
		Tubuh
		Pikiran
		Jiwa
		Kesempurnaan spiritual
		Perdamaian sifat seseorang.
Putik	Putiknya berbentuk.	Simbol istana Hyang Widhi. yang
Putiknya berbentuk Kerucut	Alat pelengkap/tambahan.	Kasih sayang, cinta.dan keinginan.

		Keindahan ilahi
	Hidup manusia indah, sempurna, memiliki hasrat untuk berkembang kedepan, demi mencapai tujuan.	Hasrat dan keinginan tetap kita jalani dengan kebaikan. Sehingga harta yang kita dapatkan bersumber dari kebaikan. Yang pada akhirnya akan memberikan suatu keindahan bagi lingkungan dan alam sekitarnya seperti layaknya bunga Teratai.
8 kelopak koperasi indonesia	Sebuah bunga teratai umumnya dilengkapi dengan	Delapan kelopak, yang sesuai dengan Delapan Jalan Hukum Baik Deskripsi bunga teratai. 1. Simpul yang tak berujung. 2. Bunga teratai. 3. Duaja. 4. Dharmacakra. 5. Bumpa. 6. Golden Fish. 7. Payung penahan matahari. 8. Kulit kerang.
Teratai mekar		Mengungkap pencipta Dewa Brahma di posisi teratai.
	Pertumbuhan keindahan murni dari lumpur asalnya memegang janji spiritual jinak.	Pencerahan spiritual.

		"Kemurnian primordial" (*Wylie: ka dag*)
		Saham dalam chakra
		Mandala simbolisme *Dharmacakra*, juga dikutip secara luas dalam Purana dan Veda, sebagai contoh:
	Teratai yang tak tersentuh oleh air.	Dengan melakukan tugasnya. Menyerahkan hasil kepada Tuhan. Tanpa terpengaruh oleh tindakan berdosa.
Daun	Teratai tumbuh di atas air, daunnya menjalar ke bawah.	Keanggunan
	Daun, bunga keluar langsung dari rimpangnya yang terkait pada lumpur di dasar kolam.	Kebenaran (*Satyam*),
	Helaian daun lebar dan bulat, disangga oleh tangkai yang panjang dan bulat berdiameter 0,5-1 cm. Daun muncul ke permukaan air menjulang tegak seperti perisai.	Kesucian (*Shiwam*)

Daun	Besar daun dibandingkan kelopak.	Keindahan (*Sundaram*).
Permukaan daun	Permukaan daun berlilin; warnanya hijau keputihan, dan rata sedangkan bagian tengah agak mencekung, tulang daun tersebar dari pusat daun ke arah tepi, diameter 30-50 cm.	Matahari dan penciptaan.
Mahkota	Kesuburan	Mahkota bunga lebar, ada yang engkel dan ada yang dua engkel dengan warna merah jambu, putih atau kuning.
Kelopak	Kemakmuran	Kelopak berlangsung Itu menyarankan perluasan jiwa.
Bau	Kekekalan	Harum tercium dari bunganya.
	Jika kita menghirup aroma bunga teratai tersebut	Urat syaraf akan terangsang sehingga akan menggetarkan jiwa dan menambah kekhusukan dalam bersamadhi/sembahyang.
		Harum
Bunga	Bunganya harum,	Kecantikan
	Tumbuh menjulang di atas permukaan air dengan tangkai bulat panjang dan kokoh,	Kemajuan

	panjang tangkai bungga 75-200 cm. Diameter bunga 15-25 cm,	
Benang sari	Benang sarinya banyak dan berwarna kuning,	Keberanian
	Benang sarinya berwarna kuning akan terlihat memenuhi bagian kelopak yang mempunyai warna beragam, mulai dari ungu, merah, dan putih.	warna hijau muda: simbol ... warna hijau tua: simbol ... warna merah tua: simbol ...
Bunga mekar sari	Bunga mekar sehari penuh dari pagi sampai sore hari.	Pria
Mahkota	Setelah mahkota layu lalu berguguran sampai akhirnya tersisa dasar bunga/putik yang akan menjadi bakal buah, bentuknya kerucut terbalik dengan permukaan datar semacam spons dan berlubang-lubangwarnanya hijau kekuningan, dan menjadi hijau akhirnya	

	coklat/hitam. Garis tengah 6-11 cm.	
Bunganya mempunyai aroma harum.	Tumbuh luruh di permukaan air dengan daun yang melebar sejajar dengan air. Panjang tangkai tergantung dari kedalaman air, mulai dari 10 – 200 cm berbentuk bulat panjang.	Kemurnian.
Diametar bunga	Tergantung dari jenis, mulai 10 cm –20 cm.	Keanggunan.
Mahkota	Mahkota bunga teratai menunjuk disegala arah. 4 arah mata angin.	Melambangkan arah mata angin (Asta Dala).
Pematang buah teratai:	(Pematangan buah Teratai terjadi di bawah permukaan air), berbeda dengan pematangan buah dari genus Nuphar yang terjadi di atas permukaan air.	Spiritualitas

Tabel II.1 Bunga teratai.

Sumber: Wiana, Ketut (1993), Junaedi (2003) (Data telah diolah oleh peneliti)

II.2.2.1 Filosofi warna pada bunga teratai.

Bunga teratai	Makna	Simbol	Karakter	Kesan	Asosiasi
Hijau	Gairah.	Kendali seseorang atas pikiran dan semangat serta melepaskan aspirasi materialistis dalam hidup untuk mencapai kesempurnaan jiwa.	Tempat suci.	Keadaan pikiran yang telah mencapai tahap pencerahan tertinggi.	Menandakan mistis
Hijau tua.	Pengetahuan.	Bodhi (Sansekerta untuk pencerahan).	Kemurnian pikiran dan ketenangan dari sifat manusia.	Kebijaksanaan.	kecerdasan.
Merah tua	Keadaan untuk terus belajar hingga mencapai kebijaksanaan hidup.	Kebesaran hati.	Bunga tertai yang sepenuhnya mekar	keterbukaan	Kemurahan hati.

Tabel II.2 Filosofi warna pada bunga teratai.

Sumber: Wiana, Ketut (1993), Junaedi (2003) (Data telah diolah oleh peneliti)

II.3 Warna

(Junaedi, 2003, h.14). Warna adalah suatu mutu cahaya yag di pantulkan 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. Warna bersifat subjektif karena warna

memiliki hubungan dengan setiap individu yang melihatnya. (Adams, seperti dikutip Ramanda, 2011, h.29). Dalam logo elemen warna berfungsi sebagai pengingat, kepekaan penglihatan yang mampu menstimuli perasaan, perhatian dan minat seseorang (Kusrianto, 2007, h.46).

II.3.1 Pengelompokan Warna

Sir David Brewster membagi warna menjadi tiga kelompok warna, yaitu warna primer, warna sekunder dan warna tersier, dengan penjelasan sebagai berikut (Kusrianto, 2007, h.48).

Kelompok Warna	Pengertian
Warna primer 	Warna yang menjadi pedoman setiap orang untuk menggunakannya.
Warna sekunder 	Warna sekunder merupakan percampuran antara warna primer.
Warna tersier 	Warna tersier merupakan percampuran antara warna sekunder dengan primer.

Tabel II.2 Kelompok Warna.

Sumber: Sir David Brewster data telah diolah oleh peneliti.

II.3.3 Sifat Warna serta warna yang ditimbulkannya.

Teori warna menyatakan bahwa warna mempunyai sifat dan watak yang sering diasosiasikan dengan suasana, waktu, dan kesempatan. Jadi, tiap warna mempunyai sifat-sifat tersendiri yang menunjukkan ciri khasnya. Berikut ini sifat warna merah dan hijau menurut John Pile (1997), dan menurut Junaedi (2003, h.14)

menjelaskan bahwa sifat warna dapat digolongkan menjadi dua golongan yaitu warna panas dan warna dingin.Sedangkan menurut Rustan (2009, h.73), beberapa sifat yang ditimbulkan oleh warna adalah sebagai berikut:

2 golongan warna panas dan dingin menurut John Pile dan Junaedi.		**Sifat yang ditimbulkan oleh warna menurut Surianto Rustan.**	
Warna	**Gambar**	**Warna**	**Sifat**
Warna panas	 Gambar II.10 Contoh Warna Panas Sumber: Junaedi (2003) (Data telah diolah oleh peneliti) Diakses pada : 7 Agustus 2013.		Nasib baik, suci, tulus, gairah, kuat, energi, cinta, gembira, cepat, ambisi, pemimpin, maskulin, tenaga, menonjol, revolusi, agresi, penghormatan.
Warna dingin	 Gambar II.11 Contoh Warna Dingin Sumber: Junaedi (2003) (Data telah diolah oleh peneliti) Diakses pada : 7 Agustus 2013.		Kecerdasan tinggi, nasib baik, giat, murah hati, agresi, abadi, udara, tanah, tulus, pembaruan, pertumbuhan, kesehatan, keseimbangan, harmoni, stabil, tenang, kreatif, Islam.

Gambar II.3 Sifat yang ditimbulkan oleh warna.
Sumber: Junaedi (2003) (Data telah diolah oleh peneliti).

II.4 Tipografi

Menurut Frank Jefkins tipografi adalah menggunakan huruf yang diciptakan tipograper dari ratusan jumlah rancangan huruf yang tersedia untuk mengkomunikasikan pesan dan kesan. Juga melakukan proses *type setting*, mengunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda pada naskah.

II.4.1 Jenis-jenis Huruf

Menurut Alexander Lawson (seperti dikutip Rustan, 2011, h.45) klasifikasi huruf berdasarkan sejarah dan bentuk huruf, yaitu *black letter/ old english / fraktur, humanist / venetian, old style / old face / garalde, transitional / reales, modern / didone, slab serif / egyptian, sans serif, script & cursive, display / decorative.* Sedangkan menurutJames Craig (seperti dikutip Perdana, 2007, h.16) huruf diklasifikasikan ke dalam lima jenis yaitu *roman, egytian, sans serif, script* dan *miscellaneous.*

Jenis-jenis Huruf		
No.	**Gambar beserta sumber gambar**	
	Alexander Lawson	**James Craig**
1.	FRAKTUR Fraktur	ROMAN Roman
2.	HUMANIST Humanist	EGYPTIAN Egyptian
3.	OLD STYLE Old Style	SANS SERIF Sans Serif
4.	TRANSITIONAL Transitional	SCRIPT Script
5.	MODERN Modern	MISCELLANOUS Miscellanous
6.	SLAB SERIF Slab Serif	
7.	SANS SERIF Sans Serif	

8.	 Script	
9.	 Display	
	Gambar II.13 Jenis-jenis huruf menurut Alexander Lawson. Sumber: Junaedi (2003) (Data telah diolah oleh peneliti).	Gambar II.12 Macam-macam jenis huruf menurut James Craig. Sumber: Junaedi (2003) (Data telah diolah oleh peneliti).

Table II.4. Jenis-jenis huruf, Alexander Lawson, James Craig,diolah oleh peneliti.

II.4.2 *Sans Serif*

Menurut (Rustan, 2011) jenis ini muncul pada tahun 1816 sebagai *Display Type* dan 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. Pudjiastuti (1999, h.16) berpendapat bahwa jenis huruf *sans serif* atau *slab serif* seperti *Helvetica* atau *Lubalin* memiliki karakter yang mengkomunikasikan suasana tegas juga artistik. Menurut Frank Jefkins, kesan dari pada huruf *sans serif* adalah modern, kontemporer dan efisien.

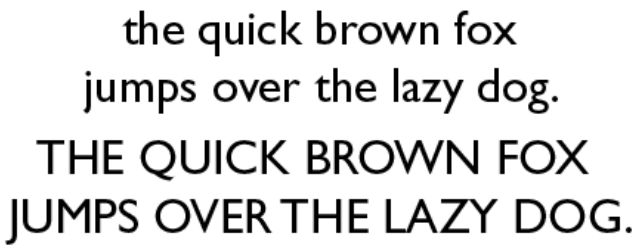
Sans Serif		
No.	**Ciri huruf**	Tidak memiliki kaki/sirip/serif.Memiliki ketebalan huruf yang sama.
1.	***Grotesque***	*Sans Serif* yang muncul sebelum abad 20.
2.	***Geometric***	Memiliki bentuk yang geometris mendekati bentuk-

		bentuk dasar.		
3.	***Humanist***	Berkesan lebih natural dibandingkan dengan *Grotesque* dan *Geometric*.		
No.	**Ciri huruf**	**Contoh huruf**		
1.	***Grotesque***	Helvetica	Univers	Akzidenz-Grotesk
2.	***Geometric***	Eurostile	Futura	Kabel
3.	***Humanist***	Gill Sans	Frutiger	Optima

Tabel II.5 Tabel Sans Serif.

Sumber: Rustan (Data telah diolah oleh peneliti).

II.4.4 Huruf *Gill Sans*



Gambar II.6 Huruf Gill Sans.

Sumber: Wikipedia.com (Data telah diolah oleh peneliti)

Diakses pada : 7 Agustus 2013.

Gill Sans diciptakan pada tahun 1928 sampai 1930, oleh Eric Gill yang belajar pada Edward Johnston. Huruf Gill Sans adalah huruf yang dihasilkan dari proses memperhalus *typefaceUnderground*. Termasuk kedalam *humanistsans serif* berdasar pada proporsi *roman* klasik sehingga mudah dikenali bentuk hurufnya (*legible*). Memiliki karakteristik geometris, yang bisa digunakan beraneka ragam fungsi (versatile) pada media danberkesan netral. Terlihat modern, bersih, dan rapih. Juga

mempunyai penekanan kontras yang lebih pada lebar *stroke* di bandingkan huruf yang tidak ber-*serif* lainnya. Hal itu membuat *Gill Sans* punya tingkat keterbacaan yang tinggi (*readable*).

II.5Budaya Perusahaan

Purwanto (seperti dikutip Effendy, 2012, h.1) mendefinisikan bahwa budaya perusahaan adalah seperangkat asumsi yang dibangun dan di anut bersama oleh organisasi sebagai modal dalam beradaptasi dengan lingkungan eksternal dan proses integrasi internal. Seperangkat asumsi dimaksud adalah filosofi, nilai-nilai, norma-norma, keyakinan, ide mitos dan karya yang terintegrasi untuk mengarahkan perilaku organisasional. Seperangkat asumsi tersebut merupakan isi budaya perusahaan yang berkaitan dengan apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh semua karyawan. Isi budaya adalah moral yaitu watak organisasi yang mengutamakan nilai-nilai kebaikan yang harus diterima dan disepakati untuk menjadi roh kehidupan organisasi.

Hodge, Anthony dan Gales (seperti dikutip Effendy, 2012, h.1) mendefinisikan budaya perusahaan sebagai suatu konstruksi dua tingkat, yang meliputi karakteristik-karakteristik organisasi yang kelihatan (*observable*) dan yang tidak kelihatan (*unobservable*). Pada level *observable*, budaya perusahaan mencakup beberapa aspek organisasi seperti pola-pola perilaku, peraturan, legenda, bahasa dan seremoni-seremoni yang dilakukan perusahaan. Sedangkan pada level *unobservable*, *value*, budaya perusahaan mencakup *shared*, norma-norma, kepercayaan dan asumsi-asumsi para anggota organisasi.

Jadi budaya perusahaan merupakan pola atau konfigurasi dari dua level karakteristik organisasi yang berorientasi atau mengarahkan para anggota organisasi untuk mengelola masalah-masalah dan keadaan-keadaan di sekitarnya. Menurut Tika Moh. Pabundu (seperti dikutip Effendy, 2012, h.3), unsur-unsur yang terdapat dalam budaya perusahaan terdiri dari:

Unsur-unsur yang terdapat dalam budaya perusahaan menurut Tika. Moh.

Pabundu					
No.	**Pengertian**	**No.**	**Pengertian**	**No.**	**Pengertian**
1.	Sistem nilai (nilai inti) Lingkungan bisnis	4.	Pola ritual keyakinan	7.	Sistem dan prosedur manajemen
2.	Pahlawan/pelopor	5.	Nilai dan perilaku	8.	Norma-norma dan prosedur
3.	Jaringan budaya	6.	Gaya manajemen	9.	Pedoman perilaku

Tabel II.5 Unsur-unsur yang terdapat dalam budaya perusahaan.

Sumber: Tika. Moh. Pabundu (Data telah diolah oleh peneliti).

II.6 Semiotika

(Widiawatin, 2007) Semiotika berasal dari bahasa Yunani: *semeion*, yang berarti tanda. Semiotika atau semiologi mempunyai pengertian yang sama yaitu sebagai ilmu tentang tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial atau masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotika itu mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, dan konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut memiliki arti.

Perbedaan antara tanda dan lambang atau simbol menurut Puji Santosa (dikutip Widiawati, 2007)

Sedangkan Sobur (dalam Jurnal Nirmana Vol.2 No. 2, 2010) mengungkapkan bahwa semiotika adalah studi tentang tanda dan cara tanda-tanda itu bekerja. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya memaknai "makna" yang terdapat di dalamnya. Memaknai berarti bahwa objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstruksikan sistem terstruktur dari tanda. Analisis semiotika bertujuan untuk menemukan makna dari tanda (teks, iklan atau berita) karena sistem tanda sifatnya sangat kontekstual dan bergantung pada pengguna tanda

tersebut berada. Charles Sander Pierce (dikutip Kristiyanto, 2010) membedakan tanda atas simbol, ikon dan indeks.

Semiotika	Pengertian	Gambar
Tanda	Perangkat yang dipakai untuk mensampaikan makna.	Tanda tidak memiliki makna. Subjek ↓ Tidak ada pengertian ↓ Objek
Simbol	Simbol adalah suatu tanda dimana hubungan antar tanda dan acuannya merupakan hubungan yang sudah terbentuk secara konvensional, jadi semua memaknai tanda itu dengan sama. Contohnya warna putih di Indonesia adalah simbolisasi dari kesucian sementara simbolisasi tersebut tidak berlaku di Jepang dan Amerika.	Sama = sama. Subjek ↓ Pengertian ↓ Objek
Ikon	Ikon adalah suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya berupa hubungan berupa kemiripan. Jadi ikon adalah tanda yang dalam berbagai bentuknya	Mirip. Subjek ↓ Kemiripan ↓

	menyerupai objek dari tanda tersebut.	Objek
Indeks	.Indeks adalah suatu dimana hubungan antara tanda dan acuan muncul karena adanya kedekatan eksistensi. Jadi indeks adalah suatu tanda yang mempunyai hubungan langsung, misalnya asap merupakan indeks dari adanya api.	Kedekatan atau mendekati. Subjek ↓ Kedekatan ↓ Objek

Tabel II.5 Tabel Semiotika.

Sumber: Puji Santosa (Data telah diolah oleh peneliti)