

## ELEMEN VISUAL SEBAGAI PEMBENTUK KEKUATAN LOGO

Made Arini Hanindharputri<sup>1)</sup> dan A.A. Sagung Intan Pradnyanita<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>*Sekolah Tinggi Desain Bali  
arini.hanindhar@std-bali.ac.id*

<sup>2)</sup>*Sekolah Tinggi Desain Bali  
agungintan@std-bali.ac.id*

### ABSTRACT

*The logo is an arrangement of a company, product or service that provides an image for the company. The design of a logo certainly should not be arbitrary and requires in-depth research. One element that can strengthen the logo is the visual element. The visual elements consist of shapes, colours, illustrations and typography. These four visual elements are interconnected can be a unified logo. But if not combined, the visual elements can stand on their own and become the main attraction that makes the logo unique, distinctive and remembered by the target.*

*Keywords: Logo, Visual Elements, Typography, Shape, Illustration, Colour*

### ABSTRAK

*Logo merupakan perwajahan dari sebuah perusahaan, produk atau jasa yang memberikan citra bagi perusahaan tersebut. Perancangan sebuah logo tentu tidak boleh sembarangan dan memerlukan riset yang mendalam. Salah satu elemen yang dapat menguatkan logo adalah elemen visual. Elemen visual terdiri dari bentuk, warna, ilustrasi dan tipografi. Keempat elemen visual ini saling berkaitan dapat menjadi satu kesatuan logo. Namun bila dipisahkan, elemen-elemen visual tersebut dapat berdiri sendiri dan menjadi daya tarik utama yang membuat sebuah logo menjadi unik, khas dan diingat oleh target sasaran.*

*Kata Kunci: Logo, Elemen Visual, Tipografi, Bentuk, Ilustrasi, Warna*

### PENDAHULUAN

Logo sering kali dikaitkan dengan wajah dari suatu perusahaan, produk ataupun jasa yang biasanya dapat berupa gambar, tulisan, ataupun gabungan antara gambar dan tulisan. Logo dapat dikatakan sebagai identitas yang digunakan untuk menggambarkan citra dan karakter dari perusahaan, produk, ataupun pelayanan jasa, sehingga dalam perancangannya harus melalui riset dan analisa terlebih dahulu, sehingga logo memiliki citra atau keunikan tersendiri. Selain itu, logo merupakan representasi dari suatu perusahaan yang berkualitas dan professional.

Fungsi dasar logo adalah sebagai identitas, sehingga logo harus memiliki keunikan, mudah untuk diingat, memiliki nilai estetis, serta relevan sehingga mampu memberikan penjelasan mengenai apa yang ditawarkan dari suatu perusahaan. Menurut Rustan (2009 : 42) Logo yang efektif tentunya harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu (1) harus unik, dalam artian harus dapat mencerminkan dan mengangkat citra entitasnya sekaligus sebagai pembeda dengan yang lainnya, (2) harus dapat mengakomodasi dinamika dinamika entitasnya dalam jangka waktu yang lama dalam artian logo harus bersifat fleksibel dan tahan lama.

Saat ini, logo tidak hanya sebagai merk dagang saja, melainkan sudah menjadi senjata bisnis yang dapat digunakan untuk lebih dikenal oleh publik, sehingga penggunaan elemen visual menjadi pertimbangan yang sangat penting sebagai

daya Tarik sebuah logo. Bila dilihat dari segi pemasaran, logo memiliki peran sebagai identitas yang menjadi pembeda antara sebuah produk dengan produk lainnya, yang tentunya tidak terlepas dari unsur-unsur atau elemen visual pembentuk logo, seperti bentuk, warna, tipografi dan ilustrasi.

Bentuk dapat berupa bidang atau bentuk sederhana (geometris) seperti bentuk lingkaran, persegi segitiga, dll, yang tentunya dari masing-masing bentuk memiliki sifat atau karakternya masing-masing. Seperti misalnya lingkaran yang dapat menggambarkan sesuatu yang dinamis, bergerak, tidak terputus, abadi; segi empat memiliki sifat stabil, kokoh, diam, dapat diandalkan; segi tiga memiliki sifat kokoh, stabil, kekuatan, dan lain sebagainya (Rustan, 2009 : 46). Pemilihan bentuk geometris dalam sebuah logo dapat menjadi pertimbangan karena bentuk dasar tersebut akan lebih mudah ditangkap oleh manusia.

Elemen visual warna merupakan salah satu unsur visual penting pembentuk logo yang mampu sebagai penarik perhatian paling utama. Elemen warna dapat memberikan kesan dalam sebuah desain, seperti warna lembut akan memancarkan kesan romantis, sedangkan warna kuat dan tegas akan memerikan kesan dinamis (Casofa, 2013 : 12). Bila pemilihan warna yang tidak tepat dalam sebuah logo, maka dapat menimbulkan persepsi yang berbeda di mata audien.

Tipografi erat kaitannya dengan cara memilih dan mengelola huruf. Setiap jenis huruf memiliki karakter yang berbeda-beda, begitu pula dengan penempatannya harus disesuaikan dengan objek yang diinginkan, sehingga penempatan objek dengan huruf dapat terlihat harmonis (Rustan, 2008 : 18) Pemilihan huruf dalam desain logo harus sesuai sehingga dapat mencerminkan atau menimbulkan kesan yang sesuai dengan perusahaannya. Elemen visual ilustrasi secara umum dapat berfungsi untuk memperjelas suatu informasi atau pesan sekaligus sebagai daya tarik (Supriyono, 2010 : 50). Dalam sebuah logo, ilustrasi juga dapat digunakan sebagai representasi dari suatu perusahaan ataupun produk, namun jika ilustrasi yang digunakan kurang tepat atau kurang berkualitas, maka ilustrasi tersebut dapat merusak *image*.

## PEMBAHASAN

Dalam pembentukan logo terdapat empat elemen visual yaitu bentuk, warna, ilustrasi dan tipografi yang jika digabungkan membentuk suatu sistem untuk menguatkan sebuah logo. Pada prinsipnya, penggabungan keempat elemen visual tersebut dapat menciptakan sebuah sisten yang dinamis dan fleksibel. Masing-masing elemen pun memiliki peran untuk mempertajam identitas merek yang diwakilinya melalui logo tersebut.

### ***Elemen Bentuk***

Bentuk sebagai salah satu pembentuk logo yang dinamis tentunya sangat menentukan kekuatan sebuah logo. Bentuk logo diharapkan unik, bentuknya memiliki ciri khas sendiri, berbeda dengan bentuk logo yang lain, menarik perhatian, mudah diingat, tidak membosankan, mudah dikenali, fleksibel, dan dapat bersifat modular tanpa menghilangkan jati diri dari *brand* tersebut. Dalah satu contoh adalah pada logo Middle State Coffee, sebuah perusahaan kopi di Colorado, Amerika Serikat. Logo ini menggambarkan pemandangan pegunungan lengkap dengan matahari yang dibentuk dari geometri garis yang *clean* dan elegan. Secara tidak langsung bentuk tersebut juga menyiratkan huruf "M" yang merupakan inisial nama *brand* tersebut. Bentuknya yang simpel namun elegan membuat logo ini mudah diingat dan memiliki makna yang sesuai dengan *brand*.



Gambar 1. Logo Middle State Coffee  
Sumber: Workerbee, 2017

Contoh berikutnya adalah logo Tanoshii Ramen, sebuah restoran Jepang di Dallas, Texas, yang menggunakan bentuk geometri dasar yaitu lingkaran. Bentuk ini mewakili mangkuk ramen yang berputar-putar dan menggambarkan salah satu *topping* pada ramen yang dikenal dengan *Kamaboko*. *Kamaboko* merupakan isian sosis dari ikan *fillet* yang biasanya berwarna putih atau merah muda. Bentuk logo ini sederhana dan membuat pengunjung mudah mengenali *brand* tersebut sebagai sebuah restoran Jepang.



Gambar 2. Logo Tanoshii Ramen dan Kamaboko  
Sumber: Workerbee, 2017

### **Elemen Warna**

Warna memberikan peranan yang besar terhadap logo, karena warna meningkatkan *brand recognition/brand awareness* dari para pengguna dan dapat menjadi warna *corporate* dari *brand* tersebut. Oleh karena itu, dalam pemilihan warna diperlukan riset baik di bidang psikologi, budaya, komunikasi atau bahkan *feng shui*. Seperti contohnya pada logo Mohawk, sebuah perusahaan kertas dari New York. Logo yang terbentuk dari *dots* ini memiliki warna yang banyak yang *diblending* secara *overlay*. Warna ini ingin menunjukkan perubahan, stabilitas dan daya tahan yang kuat dari perusahaan Mohawk. Warna yang beragam disini menunjukkan pula perusahaan kertas yang solid, fleksibel, mudah diingat dan ramah.



Gambar 3. Logo Mohawk Paper  
Sumber: Pentagram, 2017

### **Elemen Tipografi**

Tipografi merupakan aspek identitas yang secara langsung dikaitkan dengan merek yang diwakilinya. Masing-masing jenis huruf/*Typeface* membawa kepribadian dan emosinya sendiri, dan tentunya desainer harus melakukan riset terlebih dulu agar logo dengan elemen visual tipografi dapat menggambarkan merek/*brand*.

Seperti pada logo Mr. Cooper Ice Cream, sebuah perusahaan es krim untuk dewasa yang menggunakan bahan dasar alkohol. Karena target pasarnya adalah dewasa, perusahaan ini memerlukan logo dengan jenis tipografi yang mewakili target pasar tersebut, hingga terciptalah logo berbentuk *kiss* yang dibentuk dari huruf dengan pemanfaatan *positive and negative space*.



Gambar 4. Logo Mister Cooper Ice Cream  
Sumber: logodesignlove. 2015

Contoh lainnya adalah logo Scala Advisory yang menjadikan huruf A ditengah sebagai *point of interest*. Bisa dilihat hurufnya semakin naik secara diagonal ke atas, dengan huruf A di tengah sebagai sumbu yang menandakan perusahaan ini semakin berkembang, bertumbuh sesuai dengan tujuan utama perusahaan tersebut di bidang bisnis.



Gambar 5. Logo Scala  
Sumber: Scala Advisory, 2017

### **Elemen Ilustrasi**

Ilustrasi merupakan gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atau suatu maksud secara visual (Kusrianto. 2007:140). Begitu pula dalam pemanfaatannya pada logo, ilustrasi menjadi penegas makna logo atau identitas yang membuat merek lebih mudah diingat atau dikenali. Salah satu contohnya adalah pada logo Oregon State University, salah satu kampus di Oregon, Amerika

Serikat. Logo yang digunakan merupakan penggabungan antara tipografi dan *picture mark* atau ilustrasi. Ilustrasi yang ditampilkan adalah ilustrasi maskot mereka yaitu *beaver* (berang-berang), dimana pada ulang tahun kampus tersebut yang ke 150 tahun, mereka menjuluki kampus mereka sebagai "*Beaver's Nation*". Terdapat pula perisai berbentuk hati yang khas yang bermakna "*Heart of Oregon*" dengan keadaan alam khas Oregon di dalamnya dan di bagian atasnya berisi berang-berang memberikan identitas yang kuat bagi Oregon State University yang gagah, elegan, kuat namun modern.



Gambar 6. Logo Oregon State University  
 Sumber: Oregon State University, 2015

Selanjutnya adalah Logo dari Wine Domaine-Thomson, sebuah perusahaan wine dari New Zealand, yang meluaskan penjualan mereka ke Perancis dengan membuat *vineyard* baru di Perancis. Mereka membuat logo dengan kesan tradisional dengan ilustrasi simbol yang menggambarkan cerita dari *brand* tersebut, yang merupakan penggabungan antara New Zealand dan Perancis. Dalam logo terdapat ayam jantan dan burung kiwi yang menggambarkan Perancis dan New Zealand, cangkang kerang dan theodolit mewakili lokasi kebun anggur. Dimana cangkang kerang dan theodolit tersebut digambarkan persis dengan benda-benda yang mendukung sejarah berdirinya perusahaan tersebut. Ilustrasi yang kuat tentunya yang sangat berhubungan dengan merek, sehingga makna yang dihasilkan menjadi sangat mendalam dan menggugah *target audience*.



Gambar 7. Logo Domaine - Thomson  
 Sumber: Pentagram, 2016

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Logo merupakan identitas visual yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena merupakan wajah utama dari sebuah *brand* dan tentunya memiliki makna yang dapat menjelaskan visi atau tujuan dari *brand* tersebut. Oleh karena itu dalam pembentukan sebuah logo diperlukan elemen visual yang dapat menguatkan dan tidak hanya dapat membuat logo tersebut menjadi menarik, namun juga memberi

makna tersendiri. Elemen-elemen visual yang dapat menguatkan sebuah logo adalah bentuk, warna, tipografi dan ilustrasi.

Bentuk yang simpel, unik dan fleksibel dapat membuat *audience* mudah mengingat logo tersebut. Warna juga memegang peranan penting dimana setiap warna memiliki makna tersendiri yang disesuaikan dengan visi *brand* tersebut. Penggunaan tipografi sebagai *letter/wordmark* dapat menguatkan sebuah logo, terutama jika dibuat dengan sangat unik dan khas dan hanya dimiliki oleh logo tersebut. Selain itu, ilustrasi dengan gaya yang unik, dan dapat menggambarkan secara langsung esensi dari merek tentunya dapat memberi nilai lebih dari logo tersebut. Keempat elemen visual tersebut bila tidak digabungkan dapat berdiri sendiri, namun perlu dilakukan riset yang sangat mendalam untuk mengetahui secara rinci detail dari perusahaan untuk mendapatkan logo yang tepat.

## REFERENSI

- Casofa, Fachmy & Alib Isa. 2013. *Gerbang Kreativitas : Jagat Desain Grafis*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : ANDI.
- Rakhmat, Supriyono. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : ANDI.
- Rustan, Suriyanto. 2008. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Safanayong, Yongky. 2006. *Desain Komunikasi Visual*. Jakarta : Arte Intermedia.
- Wijaya, Rudyant Siswanto & Jessica Diana Kartika. 2016. *Logo Visual Asset Transitions*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Workerbee, 2017, *36 of The Best Restaurant Logos for Inspiration*, [online], (<https://99designs.com/blog/creative-inspiration/restaurant-logos/>, diakses tanggal 25 Januari 2018)