

**PENCIPTAAN LOGO DIES NATALIS UNY  
KE 43 TAHUN 2007**



Oleh: Zulfi Hendri, S.Pd

NIP: 19750525 200112 1002

**JURUSAN PENDIDIKAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGRI YOGYAKARTA  
2013**

## A. Pendahuluan

Logo merupakan bentuk ekspresi dan bentuk visual dari konsepsi perusahaan, organisasi maupun institusi. Logo memiliki pada umumnya memiliki makna filosofi organisasi yang bersangkutan. Pada umumnya logo menggunakan elemen bentuk seperti lingkaran sebagai simbol persatuan, daun sebagai simbol pemerintahan, dan lain sebagainya. Dalam perkembangannya, logo mengalami deformasi bentuk mulai dari bentuk-bentuk logo yang rumit hingga menjadi sebuah bentuk yang sederhana dan mudah diingat. Pelbagai pilihan elemen-pun ikut bertambah, mulai dari penggunaan inisial, nama perusahaan, monogram maupun pictogram.

Logo saat ini tidak saja diciptakan sebagai simbol perusahaan, organisasi maupun institusi tapi logo telah hadir dalam kegiatan tahunan dari sebuah perusahaan maupun instansi untuk mensosialisasikan usia perusahaan atau instansi tersebut. Sehingga pada setiap adanya peringatan hari lahir atau berdirinya suatu perusahaan atau instansi selalu menciptakan logo dengan segala upaya yang dapat menggambarkan perjalannya. Hal ini juga berlaku pada instansi Universitas Negeri Yogyakarta.

## B. Kajian Teori

### 1. Jenis-jenis Logo

Kusrianto (2007: 240), menyatakan bahwa logo memiliki berbagai macam jenis, dipilah menjadi empat kelompok berdasarkan unsur pembentuknya, yaitu sebagai berikut.

#### a. Logo dalam Bentuk *Alphabetic*

Logo ini terdiri dari susunan atau kombinasi dari huruf sebagai unsur utamanya.

#### b. Logo dalam Bentuk Benda Konkret

Kelompok logo ini menggunakan benda konkret misalnya bentuk manusia, (seorang tokoh, wajah, bentuk tubuh yang menarik), bentuk binatang, tanaman, peralatan, maupun benda yang lain.

#### c. Logo dalam Bentuk Abstrak, *Polygon*, *Spiral* dan Sebagainya

Kelompok ini memiliki elemen yang merupakan bentuk abstrak, bentuk geometri, spiral, busur, segitiga, bujursangkar, *polygon*, titik-titik, garis, panah, gabungan bentuk lengkung, dan bentuk ekspresi tiga dimensi.

d. Simbol, Nomor, dan Elemen Lain

Kelompok ini menggunakan bentuk-bentuk yang sudah dikenal untuk menggambarkan sesuatu seperti hati, tanda silang, tanda *plus*, tanda petir, tanda notasi musik, dan sebagainya.

Menurut Alina Wheeler dalam Rustan (2009: 22) penulis buku '*Designing Brand Identity*', logo dapat dibagi menjadi beberapa kategori, namun batasan antar kategori itu sifatnya fleksibel. Satu logo bisa termasuk dalam beberapa kategori sekaligus. Yasaburo Kuwayama dalam Rustan (2009: 22) membagi *trademark* menjadi empat jenis, yaitu:

- a. *Alphabet* (berbentuk huruf).
- b. *Symbols, numbers* (lambang-lambang, angka-angka).
- c. *Concrete forms* (bentuk yang serupa dengan objek aslinya).
- d. *Abstract forms* (bentuk abstrak).

Pertimbangan Kuwayama dalam membuat pengkategorian ini adalah semata-mata dilihat dari segi penampilan fisiknya, bukan maknanya. Pengklasifikasian Per Mollerup (dalam Rustan, 2009: 22) berbeda dan jauh lebih kompleks, karena menurutnya klasifikasi yang ideal harus mempunyai perbedaan yang tajam dan jelas antara masing-masing kategori.

## 2. Prinsip Logo

Supriyono (2010: 102) logo ibarat wajah dan watak perusahaan. Logo dituntut mampu berbicara pada publik bahwa ia adalah representasi dari perusahaan atau organisasi yang profesional, kredibel dan berkualitas. Syarat-syarat sebuah logo sebagai mana dikemukakan Jacob Cass dalam Supriyono (2010: 106) sebagai berikut:

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

Menurut Carter dalam Kusrianto (2007: 234), logo yang baik harus mencakup beberapa hal sebagai berikut.

- a. *Original* dan *Destinative*, atau memiliki nilai yang khas, memiliki nilai keunikan, dan daya pembeda yang jelas.
- b. *Legible*, atau memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.
- c. *Simple*, atau sederhana, yaitu mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.
- d. *Memorable* atau mudah diingat, karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang relatif lama.
- e. *Easily associated with the company*, yaitu mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis dan citra suatu perusahaan atau organisasi yang bersangkutan.

*Easily adaptable for all graphic media*, faktor kemudahan (memasang) logo baik yang menyangkut bentuk fisik maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu dipertimbangkan pada saat proses perancangan. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kesulitan dalam penerapannya.

Berdasarkan definisi dan penjabarannya di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa logo merupakan gambar, warna dan tulisan yang mengandung makna. Logo yang baik harus simpel, unik dan mudah diingat, mampu merepresentasikan citra dan karakter suatu perusahaan atau organisasi pada publik, dan logo masih dapat dibaca walau dalam ukuran yang kecil.

Secara visual, Supriyono (2010: 108) bentuk logo dapat didesain dengan berbagai pendekatan, antara lain dengan konfigurasi sebagai berikut.

- a. *Logotype*: nama perusahaan atau organisasi ditulis menggunakan tipografi yang khas, unik dan konsisten.
- b. *Initials*: mengembangkan atau mendeformasi huruf pertama dari nama perusahaan atau organisasi.
- c. *Pictorial visual*: representasi objek untuk menggambarkan citra perusahaan, jasa, atau organisasi.

d. *Abstract visual*: bentuk visual yang abstrak (*non pictorial*), mencitrakan perusahaan, jasa atau organisasi.

e. *Combination*: penggabungan dari bentuk-bentuk di atas.

Adapun kaidah-kaidah komposisi yang harus diperhatikan dalam penyusunan menurut Puji Riyanto (2005: 73) adalah sebagai berikut:

a. Proporsi atau *proportion* merupakan perbandingan ukuran yang digunakan untuk menentukan perbandingan yang tepat antara panjang dengan lebar, antara gambar dengan bidang gambar.

b. Keseimbangan atau *balance* yaitu kesamaan dari unsur-unsur tertentu yang berlawanan atau bertentangan. Dalam hal ini ada dua keseimbangan yaitu: *symetric balance* dan *asymetric balance*.

c. Irama atau *ritme*, yaitu adanya perulangan dan gerakan yang bisa divisualisasikan dengan garis, tekstur, bidang, bentuk, maupun warna.

d. Kesatuan (*unity*). Dalam hal ini unsur-unsur yang dipergunakan harus saling berhubungan dengan baik, mengandung makna dan menarik.

e. Pusat perhatian (*centre of interest*) menyangkut peletakkan unsur-unsur yang menjadi perhatian utama atau paling dominan untuk disampaikan.

f. Kontras (*contrast*) merupakan perbedaan keadaan unsur-unsur atau organisasi antara unsur-unsur yang dapat dicapai dengan perbedaan tinggi rendahnya, panas dinginnya warna, termasuk cerah suramnya warna.

### **3. Unsur-unsur dalam Logo**

#### **a. Gambar**

Gambar merupakan salah satu simbol dalam komunikasi visual yang dapat dikelompokkan sebagai bahasa komunikasi visual yang dapat dikelompokkan sebagai bahasa komunikasi nonverbal yang berbeda dengan bahasa verbal yang berwujud tulisan atau ucapan. Gambar seringkali digunakan untuk mempermudah penyampaian pesan dalam sebuah komunikasi visual. Gambar digunakan untuk menyampaikan pesan yang susah jika disampaikan dengan tulisan.

Gambar dapat berwujud bentuk, secara bahasa bentuk berarti rupa atau wujud. Berbeda halnya dengan garis, bentuk lebih memiliki dimensi dan bentuk juga memiliki panjang dan lebar serta faktor panjang yang tidak

menonjol seperti garis. Bentuk merupakan wujud yang dapat diolah sesuai dengan kebutuhan penggunaannya.

Dharsono (2004) menjelaskan tentang pengolahan bentuk sebagai berikut:

#### 1) Stilasi

Stilasi adalah pengolahan bentuk dengan cara menggayakan kontur objek atau benda yang digambar. Contoh stilasi adalah ornamen, motif batik, tatah sungging, dan lukisan tradisional Bali.

#### 2) Distorsi

Distorsi merupakan pengolahan bentuk yang menekankan pada pencapaian karakter dengan objek dengan cara menyangatkan wujud-wujud tertentu pada benda atau objek yang digambar. Misalnya pada penggambaran figur Gathotkaca pada wayang purwa, semua wujud disangatkan serba kecil dan mengecil.

#### 3) Transformasi

Transformasi merupakan pengolahan bentuk yang menekankan pencapaian bentuk dengan memindahkan wujud atau figur dari objek lain ke objek yang digambar. Sebagai contoh adalah penggambaran manusia berkepala binatang untuk menunjukkan karakter ganda yaitu manusia yang memiliki sifat seperti binatang.

#### 4) Deformasi

Deformasi merupakan pengolahan bentuk yang menekankan pada interpretasi karakter, yaitu dengan mengubah bentuk objek dengan hanya menggambarkan sebagian dari objek tersebut yang dianggap dapat mewakilinya, atau pengambilan unsur tertentu yang mewakili karakter hasil interpretasi yang sifatnya sangat hakiki. Hal ini banyak dijumpai pada seni lukis modern dimana unsur-unsur yang dihadirkan merupakan komposisi yang setiap unsurnya menimbulkan getaran karakter dari wujud ekspresi simbolis.

Dengan demikian, gambar atau bentuk merupakan salah satu simbol dalam komunikasi visual yang dapat dikelompokkan sebagai bahasa komunikasi visual yang dapat diolah sesuai dengan kebutuhan penggunaannya.

## **b. Warna**

Djelantik (1999: 30) menyatakan bahwa warna merupakan kesan yang ditimbulkan oleh cahaya terhadap mata, oleh karena itu warna tidak akan terbentuk jika ada cahaya. Masing-masing warna memberikan kesan suhu tersendiri, seperti warna merah memberi rasa panas, Warna hijau dan biru memberikan kesan sejuk serta ungu memberikan kesan dingin.

Warna dapat ditinjau dari sifat-sifatnya berdasarkan *hue, value, dan intensity*. *Hue* adalah istilah yang digunakan untuk menunjukan warna dari suatu warna. Misalnya untuk menunjukan warna-warna primer seperti merah, kuning, biru. *Value* adalah untuk menyebutkan terang gelapnya warna dan *Intensity* adalah kualitas suatu warna yang berhubungan dengan dimensi cerah atau suramnya warna. Analogus adalah warna-warna yang masih berhubungan dekat misalnya merah atau oranye sedangkan komplementer merupakan warna yang bertentangan atau kontras misalnya merah dan hijau. Ada juga warna yang dikategorikan warna hangat dan warna dingin yang berhubungan dengan psikologi, misalnya merah, kuning, oranye termasuk warna hangat sedangkan biru, hijau dan ungu termasuk warna dingin.

## **c. Tipografi**

Tipografi dalam konteks desain komunikasi visual mencakup pemilihan bentuk huruf, besar huruf, cara dan teknik penyusunan huruf menjadi kata atau kalimat sesuai dengan karakter pesan (sosial atau komersial) yang ingin disampaikan (Tinarbuko, 2009: 25). Supriyono (2010), menjelaskan cara mengenali huruf dilihat dari periode pembuatannya. Berdasarkan sejarah perkembangannya, huruf dapat digolongkan menjadi tujuh gaya atau style, yaitu:

### 1) Huruf Klasik (*Classical Typefaces*)

Huruf Klasik yaitu huruf yang memiliki kait (serif) lengkung ini disebut juga *Old Style Roman*.

### 2) Huruf Transisi (*Transitional*)

Huruf Transisi hampir sama dengan *Old Style Roman*, hanya berbeda pada ujung kaitnya yang runcing dan memiliki sedikit perbedaan tebal tipis pada tubuh huruf (garis vertikal tebal). *Font* yang termasuk jenis Transis antara lain *Baskerville* dan *Century*.

3) Huruf *Modern Roman*

Huruf *Modern Roman* yaitu huruf dengan ketebalan yang sangat kontras, bagian yang vertikal tebal, garis-garis horizontal dan serifnya sangat tipis sehingga teks berukuran kecil agak sulit dibaca dan bahkan sering tidak terbaca. Huruf-huruf yang termasuk *Modern Roman* antara lain *Bodoni* dan *Scotch Roman*.

4) Huruf *Sans Serif*

Huruf *Sans Serif*, disebut *Sans Serif* karena tidak memiliki kait atau kaki dan salah satu ciri huruf ini adalah memiliki bagian-bagian tubuh yang sama tebalnya, contohnya *Arial*, *helvetica*, *Univers*, *Futura* dan *Gill Sans*.

5) Huruf Berkait Balok (*Egyptian Slab Serif*)

Huruf Berkait Balok, huruf *Egyptian* memiliki kait berbentuk balok yang ketebalannya hampir sama dengan tubuh huruf sehingga terkesan elegan, jantan, dan kaku.

6) Huruf Tulis (*Script*)

Huruf Tulis, jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*Hand-writing*), sangat sulit dibaca dan melelahkan jika dipakai untuk teks yang panjang.

7) Huruf Hiasan (*Decorative*)

Huruf Hiasan, jenis huruf ini bukan termasuk huruf teks sehingga sangat tidak tepat jika digunakan untuk teks panjang.

### C. Makna Logo



Gambar 1 Logo dies natalis UNY ke 43. (dok. Zulfi Hendri)

Simbol 43 merupakan simbolisasi usia UNY, diletakkan secara diagonal menembus kotak berwarna Merah muda untuk menggambarkan UNY yang modern dan dinamis. Huruf DIES NATALIS UNY dibuat berwarna biru mencerminkan bahwa UNY adalah sebuah lembaga perguruan tinggi yang netral. Warna biru merupakan salah satu dari warna primer yang dapat membentuk warna lain apabila dikombinasikan dengan warna lain. Selain itu biru juga melambangkan ketenangan dalam berpikir.

Huruf yang tegas melambangkan semakin berusia, diharapkan UNY semakin tegas dalam menentukan arah dan kebijakan dalam pembangunan pendidikan di Indonesia untuk dimasa yang akan datang. Adapun tipe huruf yang digunakan adalah Huruf *Sans Serif*, disebut *Sans Serif* karena tidak memiliki kait atau kaki. Sedangkan jenis hurufnya adalah futura.

Warna dasar merah muda yang digunakan sebagai bidang yang membatasi logo disengaja untuk menghadirkan kekuatan baru yang dapat membawa perubahan dalam berbagai hal untuk UNY ke depan. Merah muda Warna ini memang kesan feminisme, dalam jiwa feminisme terdapat unsur yang dapat mewakili perasaan jatuh cinta dalam arti positif pada lembaga UNY.

Warna violet kemerahan merupakan warna ciri khas Fakultas Bahasa dan Seni. Warna violet pada logo dirancang cenderung agak kemerahan selain tampak menarik juga merangsang untuk dibaca. Penonjolan warna ungu karena pada ulang tahun ke-43 yang menjadi wakil UNY dalam merayakan DIES UNY adalah fakultas bahasa dan seni. Selain itu sebagai warna yang nertar, warna putih digunakan untuk mengikat bentuk dari huruf dan menyatukan dengan warna-warna yang saling memberikan penguatan.

#### **D. Penutup**

Dalam penciptaan sebuah logo, termasuk logo dies diperlukan kecermatan dalam menerjemahkan visi, misi, serta tujuan dari perusahaan yang dipublikasikan, di samping itu perlu memahami tentang prinsip-prinsip penyusunan elemen seni, guna menciptakan desain logo yang komunikatif dan estetis.

### **Daftar Pustaka**

1. Fajar Sidik dan Aming Prayitno (1979). "Desain Elementer, Yogyakarta: STSRI ASRI"
2. Pujiriyanto (2005). "Desain Grafis Komputer" Yogyakarta: Andi
3. Sachari dan Sunarya (1999) " Sejarah dan Perkembangan Desain dan Dunia Kesenian di Indonesia, Bandung: ITB
4. Sudarso Sp (1991) "Seni Rupa Indonesia dalam Masa Prasejarah," dalam Mochtar Kusuma Atmaja et al (Ed). Perjalanan Seni Rupa Indonesia: Dari Jaman Prasejarah Hingga Masa Kini, Panitia KIAS.
5. Tinarbuko (2008). "Semiotika Komunikasi Visual" Yogyakarta: Jalasutra.