

DKV
224
DKV
2

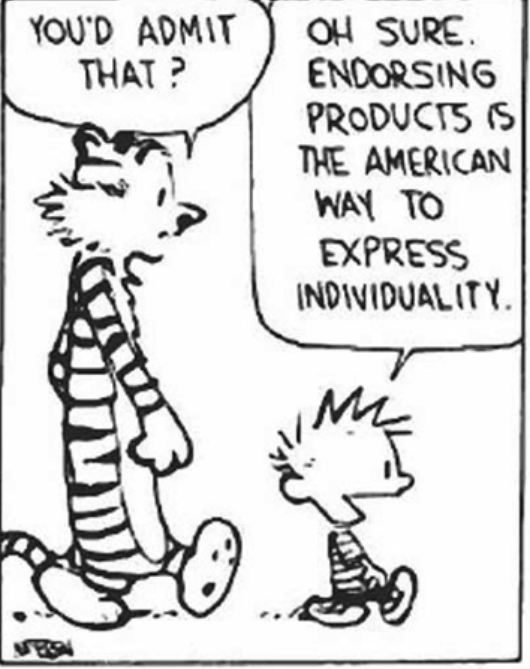
AdiNugroho
Genap 2011/2012
adi_nugroho@unika.ac.id

Logo

Apa itu Logo?



IT SAYS TO THE WORLD, "MY IDENTITY IS SO WRAPPED UP IN WHAT I BUY THAT I PAID THE COMPANY TO ADVERTISE ITS PRODUCTS!"



Sebelum masuk ke logo,
ada baiknya anda ingat kembali
apa itu piktogram, ikon,
dan tangram di dkv 1!

sudah?

Logo

Logo berasal dari bahasa Yunani “*Logos*”, yang lucunya secara harafiah berarti “kata” atau “pembicaraan”.

Dalam konteks modern, Logo berarti kata dan/atau simbol yang **merepresentasikan** sebuah perusahaan, sebuah karakter materi atau imaterial dari sebuah produk, dan biasanya terdiri dari **teks, imaji grafis, atau kombinasi dari keduanya.**

Logo

Logo merupakan **elemen penting** dari desain perusahaan (*corporate design*) sehingga dapat memformulasikan **identitas visual** dari sebuah entitas atau institusi yang diwakilinya.

Logo merupakan pondasi bagi identitas perusahaan (*corporate identity*), dimana logo yang baik harus (1). **Mudah dimengerti**, (2). Meng**komunikasikan citra** entitas atau institusi dengan jelas, (3). Memiliki jangkauan waktu yang panjang (**tahan lama**), (4). Bisa **direproduksi** ke dalam **berbagai jenis media**, sehingga (5). Sebaiknya hanya mengandung **warna maksimal 3**, dan (6). **Menarik secara visual**.

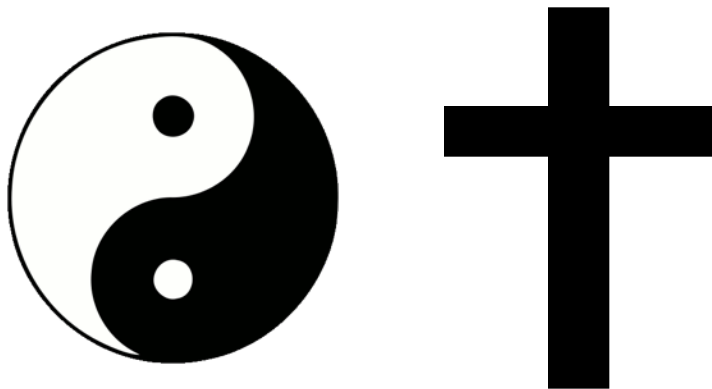
Logo dan simbol

Simbol dalam konsep semiotika berarti **“sebuah tanda yang tidak memiliki hubungan langsung dengan apa yang diwakilinya secara visual”**.

Secara filosofis, hal ini mendasari munculnya pengertian simbol sebagai **“elemen komunikasi abstrak yang sengaja diciptakan untuk merepresentasikan benda, kelompok, ide/ gagasan tertentu dan biasanya diwujudkan dalam bentuk grafis”**.

Logo dan simbol

Secara sederhana, bentuk alami yang mendasari munculnya simbol tidak berarti sama dengan bentuk grafis representasi simbol tersebut. Pemaknaan dari simbol biasanya akan dipengaruhi oleh ingatan akan sesuatu.



Logo dan simbol

Dalam hubungannya dengan logo, **simbol** dapat digunakan sebagai **unsur dalam logo**.

Sehingga sebuah **logo** dapat diartikan sebagai sebuah **simbol**, tetapi sebuah **simbol** belum tentu dapat dipahami sebagai **logo**.



= Unika
Soegijapranata



≠ Unika
Soegijapranata

Logo dan merek

*“Logo adalah **bagian merek** yang bisa dikenal dan tak terucapkan, misal rancangan simbol atau warna dan huruf yang berbeda dari lain-lainnya. Contoh, **kelinci Playboy** dan **singa Metro Goldwyn Mayer.**” (Philip Kotler)*



Logo dan branding

Dalam konteks logo sebagai bagian dari merek (*brand*) maka, sebuah proses untuk mengkomunikasikan merek (*brand*) disebut dengan *branding*.

Logo bukanlah *brand*. Logo juga bukan merupakan *branding*. Logo adalah **pintu gerbang masuk secara visual ke dalam *brand* dan *branding*** (Milton Glaser).

- ▶ **Brand** : *The sum of all the characteristics, tangible and intangible, that make the offer unique.*
- ▶ **Brand Identity** : *The outward manifestation of the essence of a corporate brand, product brand, service brand or branded environment.*
- ▶ **Branding** : *The process by which both a brand and brand identity are developed.*
- ▶ **Brand Environment** : *The graphic system of identification as applied to three-dimensional physical space*

(Landor Lexicon, 1995)

Bagian dari logo

Elemen dari logo dapat berupa **teks** dan **imaji grafis**.

Logo yang menggunakan elemen tulisan, kata, angka, inisial disebut dengan **LOGOTYPE**.

Sementara logo yang menggunakan elemen simbol atau unsur rupa (gambar) saja disebut dengan **LOGOGRAM**.



—— LOGOGRAM

WWF[®]

—— LOGOTYPE



LOGOGRAM



LOGOTYPE

Jenis logo

Logo dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, yaitu:

- (1). Name Only Logos*
- (2). Name/Symbol Logos*
- (3). Initial Letter Logos*
- (4). Pictorial Letter Logos*
- (5). Associative Logos*
- (6). Allusive Logos*
- (7). Abstract Logos*

(John Murphy & Michael Rowe)

Name Only Logos

Merupakan logo yang awalnya mengacu pada *signature* (ciri khas/ tanda tangan) pemilik usaha sebagai jaminan kualitas usaha/ produk. Pada perkembangannya, logo yang berbasis nama saja bisa terjadi akibat penggabungan perusahaan atau hanya sekedar pemiliknya ingin mengabadikan namanya dalam bentuk nama pendek.



BRAUN

Kellogg's



YVES SAINT LAURENT

Name/Symbol Logos

Logo yang terdiri dari nama perusahaan atau produk dengan gaya tipografis yang berkarakter kuat, dan memiliki elemen grafis berupa lingkaran, oval, atau kotak. Kelebihan jenis logo ini adalah bentuknya yang ringkas dan fleksibel karena logo seperti ini mampu berdiri sendiri.



Initial Letter Logos

Logo yang menggunakan huruf awal (inisial), dari nama perusahaan atau produk. Logo jenis ini kadang menunjukkan gabungan nama pemilik perusahaan seperti logo produsen *hardware* komputer Hewlett Packard. Contoh lain IBM, RCA, JSP, dsb.



Pictorial Letter Logos

Jenis logo ini mempunyai kelebihan karena dua unsur yang saling mendukung, elemen tipografi dan grafis yang dikombinasikan sesuai konsep dan karakter produk.



Associative Logos

Jenis logo ini mempunyai kekhususan tersendiri jika dibandingkan ketiga jenis lainnya. Perbedaannya terletak pada bentuk logo yang harus dapat diasosiasikan dengan jenis produk yang dihasilkan atau dapat juga dihubungkan dengan jenis bidang usaha yang dijalankan suatu perusahaan.

Contoh:

Shell : bentuk gambar kerang untuk eksplorasi minyak lepas pantai

20th Century Fox : gemerlap & megahnya dunia perfilman

Wella : berkonotasi pada produk yang berhubungan dengan rambut



Allusive Logos

Jenis logo ini memiliki kekhususan yang menghubungkan bentuk dengan jenis kegiatan perusahaan yang tak langsung terbaca secara harafiah.

Contoh:

Alitalia: bentuk *stabilizer* horisontal pesawat jet, simbol huruf “A”

Mercedes Benz: Lingkaran stir mobil/ sistem kemudi mobil

Philips: Gelombang radio



Abstract Logos

Jenis logo ini pertama kali digunakan oleh perusahaan Jepang. Karena sifatnya yang abstrak logo jenis ini dapat menimbulkan berbagai interpretasi makna. Sehingga perlu perhitungan dan penjabaran konsep yang matang agar arti/makna logo tersebut dapat dipertanggungjawabkan secara rasional.



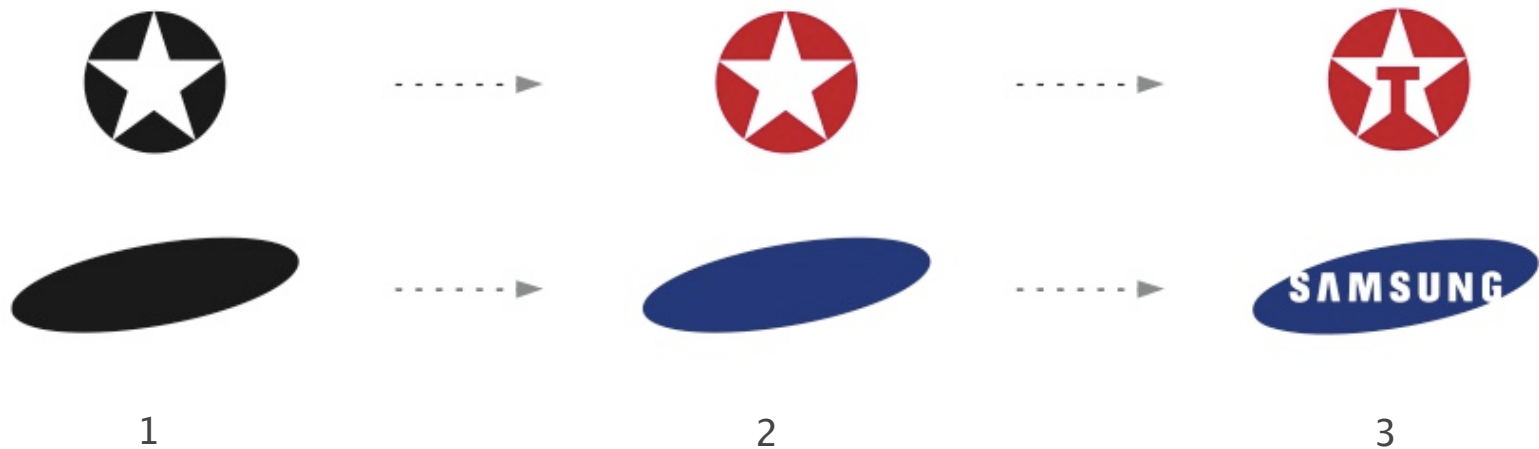
***Bakrie &
Brothers***



**Time
Warner
Cable**

Tahapan pemaknaan logo

Persepsi manusia dalam memaknai logo bisa dipelajari dari bagaimana proses otak mengenali dan menginterpretasikan rangsangan syaraf. Tahapannya dimulai dari (1). Memahami **bentuk**, (2). Mengenali **warna**, dan (3). Merekonstruksi **figural** akhir.



Tren Desain Logo 2012

Tren dalam desain sangat mempengaruhi unsur **kebaruan** dan pendekatan psikologis yang lebih mudah diterima dengan target audiens yang spesifik, terutama yang berkaitan dengan konsep *genius loci* atau *zeitgeist* (semangat tempat/jaman).

Logolounge sebuah situs *database logo online* yang mengumpulkan logo dari desainer profesional di seluruh **dunia**, mengklasifikasikan tren logo 2012 (di dunia) sebagai:

Kembalinya gaya klasik, Monogram mulai digunakan lagi. **Transparansi dan *overlapping* warna**, tetap mendominasi. ***Me too* dan *Mirror-Mirror***, banyaknya logo yang saling menginspirasi dan terinspirasi menjadikan tren kemiripan menjadi marak digunakan.



ED NACIONAL
MONEY MAGAZINE



113DC DESIGN+BRANDING
SION



DRAGON ROUGE CHINA LIMITED
INSTITUTE OF SCIENTIFIC
ANIMAL COMMUNICATION



CHRIS ROONEY ILLUSTRATION/DESIGN
THINKBOX

*Transparency
Overlapping*



BITENCOURT
ALESSIO MOSCA



SPARC, INC.
HERMAN MILLER



THE G6 SERIES

LECTURES | SEMINARS | WORKSHOPS | DISCUSSIONS

CON KENNEDY VISUAL COMMUNICATIONS
DUBLIN INSTITUTE OF TECHNOLOGY

Monogram
Transparency
Overlapping



LANDOR
DC COMICS



MOLIVI
ANATRON - FOOD SERVICES SA



TENACITY WORKS
ONLINE LEGAL



CELLAR DOOR CREATIVE
GREEN TO GUEST

Peel



LIPPINCOTT
MARSH & MCLENNAN COMPANIES



PRETTY POLLUTION
DUHA GROUP



BFIVE BRANDING & IDENTITY
INTERVENTION OF A MIRACLE



01D
LOYDFISH

*Arabesque/
Tesselation*

Sebagai Komparasi: Tren Desain Logo 2011



1



2



3



4

-
1. Rylander Design, Baker Ave
 2. Signifly, Plesso
 3. Pixonal, Stallion
 4. Chermayeff & Geismar Inc., Women's Tennis Association



1



2



3



4

-
1. Cricket Design Works, Momentum
 2. PUSH Branding and Design, Blur MediaWorks
 3. Corporate Movement, Waterfunk LLC
 4. Judson Design, Cradle Robbers



1



2



3



4

1. United by Design, Earthmedia
2. Blackboard, green park play school
3. Mattson Creative, Discovery Channel
4. Troyca - Visual Solutions GmbH, Troyca



1



2



3



4

-
1. *BrandBerry, Artive*
 2. *Higher, Voscast*
 3. *Dickerson, Healing Touch*
 4. *Frog Design, Microsoft Word*

Brand besar dan perubahan



1971



1987



1992



2011



1976



1977



1998



2011



2014



(1898)



(1905)



(1906)



(1940)



(1950)



(1962)



(1973)



(1991)



(1998)



(2003)



Current Logo



1865



1966



1990



2011

2015



1947



1955



2011



2018



2024

Bagaimana memulainya?

Tips dan trik:

- (1). Selalu mulai dari data, riset, riset, dan riset!
- (2). Baca data anda, pahami, resapi
- (3). Buat *mindmapping* dari hasil pemahaman dan peresapan
- (4). Munculkan kata kunci
- (5). Visualisasikan kata kunci
- (6). Buat gaya visual dari visualisasi kata kunci
- (7). Beri pemaknaan, *look and feel* (pertemuan berikutnya)

PERTANYAAN?

TUGAS ANDA

1. Buat **50** alternatif sketsa ide logo, dikerjakan di studio hari ini hingga pukul 17:00 WIB (bersifat wajib)
2. Asistensikan dengan dosen pembimbing masing-masing, eliminasi logo dengan tahapan $50 > 5$ (*thumbnails*) $> 3 > 1$ (*tight tissue*) selama satu minggu.
3. Minggu depan diharapkan **minimal sudah ada 3 logo alternatif. Akan lebih bagus jika sudah ada 1 logo terpilih.**

INGAT!

- 1. Kerjakan dengan baik dan berlatih menjadi desainer profesional > sketsa dan gambar asal2an akan jadi penilaian tersendiri**
- 2. Gunakan kertas yang memadai (A3)**
- 3. Pikirkan aspek teknis dan media peletakan dari sekarang**

SELAMAT BEKERJA DESAINER!