

Perancangan Logo Komunitas “Tanda Mata Kreatif” sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*

Debio Pararta Wiguna¹, Aris Kurnia Wicaksono², Eka Wahyu Primadani³,
Rahmania Almira⁴

^{1,2,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhammadiyah Surabaya
Jl. Raya Sutorejo No.59 Surabaya

¹debio.parata.wiguna@um-surabaya.ac.id, ²aris.kurnia.wicaksono@um-surabaya.ac.id
³eka.wahyu.primadani@um-surabaya.ac.id

^{1,2,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Jl. Raya Sutorejo No.59, Dukuh Sutorejo, Kec. Mulyorejo, Surabaya, Jawa Timur

⁴ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sains dan Teknologi,
Universitas 'Aisyiyah Bandung

Jl. K.H. Ahmad Dahlan Dalam No.6 Bandung

⁴rahmania@unisa-bandung.ac.id

Abstrak

Dalam suatu komunitas, terdapat hal yang penting dan memiliki fungsi sebagai pembanding dari satu komunitas dengan lainnya yaitu dengan adanya logo. Berdirinya komunitas Tanda Mata Kreatif berawal dari keinginan Ari Nanda Suria selaku Ketua Tanda Mata Kreatif untuk mengembangkan potensi dan minat dalam pembuatan film serta memperkaya kebudayaan melalui media audio visual, sehingga Tanda Mata Kreatif menjadi wadah bagi mahasiswa ataupun pelajar yang mempunyai minat dalam dunia perfilman. Namun saat ini komunitas Tanda Mata Kreatif belum mempunyai identitas logo yang tetap sehingga komunitas ini sulit untuk dikenal bagi mahasiswa atau pelajar untuk bergabung. Oleh sebab itu diperlukannya studi literatur untuk merancang logo yang tepat untuk komunitas Tanda Mata Kreatif serta menerapkan metode kualitatif sebagai tujuan dalam menganalisa branding pada komunitas Tanda Mata Kreatif. Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana proses perancangan logo untuk komunitas Tanda Mata Kreatif. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan wawancara dan observasi. Analisis dilakukan dalam tiga tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data. Hasil penelitian berupa logo, identitas visual, dan media pendukung komunitas Tanda Mata Kreatif.

Kata kunci— Perancangan Logo, Tanda Mata Kreatif, Brand Awareness

Abstract

In a community, there is something that is important and has a function as a comparison between one community and another, namely the presence of a logo. The founding of the Tanda Mata Kreatif community began with the desire of Ari Nanda Suria as Chair of Tanda Mata Kreatif to develop potential and interest in filmmaking and enrich culture through audio-visual media so that Tanda Mata Kreatif becomes a forum for students who have an interest in the world of film. However, the Tanda Mata Kreatif community does not have a permanent logo identity so this community is difficult to recognize for students or students to join. Therefore, it is necessary to study the literature to design the right logo for the Tanda Mata Kreatif Sign community and apply qualitative methods to analyze branding in the Tanda Mata Kreatif Sign community. This research explains the logo design process for the Tanda Mata Kreatif Sign community. The research approach used is a qualitative approach with interview and observation collection techniques. Analysis was carried out in three stages: data collection, reduction, and presentation.

The results of the research are logos, visual identities, and supporting media for the Tanda Mata Kreatif community.

Keywords— *Logo Design, Tanda Mata Kreatif, Brand Awareness*

1. PENDAHULUAN

Komunitas ialah suatu kelompok bersosial yang mana menjadi satu dari beberapa orang yang memiliki kesamaan dalam bidang bakat, minat, hobi, kepercayaan dan kebutuhan sehingga terbentuknya rasa nyaman dari setiap anggota yang bergabung di dalamnya. Dalam Hermawan (2008) memaparkan bahwasannya sebuah komunitas ialah kumpulan dari beberapa orang yang mempunyai kepedulian satu sama lain lebih dari seharusnya, yang mana dalam suatu komunitas terjalin relasi pribadi yang erat antar anggota komunitas tersebut karena adanya ketertarikan yang sama dalam *interest* dan *values*.

Penjelasan yang telah disampaikan di atas memaparkan bahwasannya komunitas tidak hanya terbentuk begitu saja, namun komunitas memiliki maksud dan tujuan. Tujuan yang dimaksud dari komunitas tersebut yaitu menciptakan rasa nyaman sehingga seluruh anggota bisa memutuskan untuk bergabung dan berkontribusi dengan suatu komunitas. Berdasarkan kesamaan dalam berbagai macam komunitas tercipta karena adanya suatu hobi, benda, ataupun objek tertentu. Macam komunitas yang telah terwujud karena adanya kesamaan dengan sebuah hobi yang bisa ditemukan dalam masyarakat saat ini yaitu hijaber, pecinta *diecast*, *cat lover*, komunitas apple Indonesia, komunitas perfilman dan audio visual, sehingga komunitas Tanda Mata Kreatif yang berfokus pada audio dan perfilman menjadi bahan kajian pada penelitian ini.

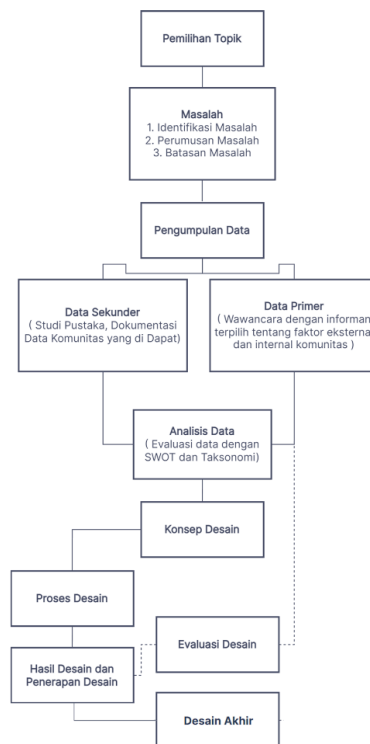
Tanda Mata Kreatif merupakan salah satu dari banyak komunitas yang berfokus dalam bidang audio visual dan perfilman. Dibentuknya Tanda Mata Kreatif sebagai wadah bagi mahasiswa dan pelajar yang memiliki minat dan peminatan di bidang perfilman. Tanda Mata Kreatif berdiri sejak 16 Agustus 2015 dengan beranggotakan Ario Nanda Suria sebagai Ketua, Eka Wahyu Primadani sebagai Sekertaris, Khodir Aprilingga Rahmat Dani sebagai Bendahara, dan Nashiru Setiawan sebagai Pengawas. Komunitas ini sudah memiliki 20 orang anggota yang aktif dalam membuat karya film pendek yang telah ditayangkan di layar festival (nasional & internasional) maupun layar komunitas.

Namun komunitas Tanda Mata Kreatif masih memiliki kekurangan dalam segi penciri dan pembeda dengan komunitas sejenis yang mana Tanda Mata Kreatif belum memiliki logo. Komunitas Tanda Mata Kreatif memerlukan adanya identitas visual atau penciri yang membedakan dengan komunitas lain. Suatu merek dapat dianalogikan sebagai manusia. Masing-masing manusia memiliki karakteristik dan keunikan yang berbeda-beda dengan manusia yang lain, begitu juga dengan merek. Karakter manusia dapat terbaca bermacam-macam akan tetapi audiens pertama kali akan membaca pengenalan tersebut dari cara *outlook*, seperti penampilan luar. Penampilan yang dipakai manusia dapat disebut sebagai identitas visual. Merujuk pada logo sebagai pusat aplikasi visual, maka logo sebagai identitas visual menjadi sangat penting dan untuk membangun visual merek yang kuat diperlukan elemen yang dapat mendukung identitas secara bersama-sama (Kartika dan Wijaya, 2015:36). Oleh sebab itu, penulis merasa terdorong untuk merancang logo komunitas Tanda Mata Kreatif yang memiliki tujuan untuk mendapatkan visualiasasi identitas pembeda serta memberikan kesan tersendiri dengan

komunitas sejenis dan lebih dikenal oleh khalayak luas, mahasiswa, pelajar, ataupun calon anggota yang ingin bergabung.

Dalam proses melakukan rancangan logo komunitas Tanda Mata Kreatif, penulis berkonsentrasi pada perancangan elemen – elemen identitas visual, berupa logo, tipografi, warna, dan ilustrasi yang nantinya diterapkan pada identitas visual. Elemen untuk identitas visual tersebut akan didominasi oleh elemen gambar ataupun ilustrasi yang bertujuan agar bisa menunjukkan sebuah penciri dan karakteristik dari Komunitas Tanda Mata Kreatif.

2. METODE PENELITIAN



Gambar 1. Alur Tahapan Perancangan
Sumber : Penulis, 2024

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor seperti yang dikutip Iexy J, Moleong (2005) yaitu melalui prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif menghasilkan kata-kata tertulis ataupun lisan dari narasumber dan perilaku yang telah diamati. Pengumpulan data dalam penelitian ini disesuaikan dengan fokus maupun tujuan penelitian. Analisis dilakukan melalui tiga tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data. Tahap pertama pada metode ini yaitu mencari data melalui wawancara kepada Ario Nanda Suria selaku ketua komunitas dari Tanda Mata Kreatif. Wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang Tanda Mata Kreatif, seperti desain apa yang ingin divisualkan nantinya, dan citra apa yang ingin ditonjolkan. Tahap kedua yaitu observasi langsung ke tempat komunitas Tanda Mata Kreatif, agar bisa mendapatkan banyak informasi secara langsung tentang apa yang ingin ditambahkan dalam desain logo yang nantinya akan dibuat, serta mengamati hal – hal yang menarik dari komunitas Tanda Mata Kreatif guna informasi tambahan. Gambar 1 menampilkan alur tahapan

perancangan logo komunitas Tanda Mata Kreatif mulai dari pemilihan topik, pengumpulan data, analisis data, konsep data, evaluasi data, dan desain akhir.

2.1 Analisis Data

Penulis membedakan menjadi dua metode yaitu analisa eksplorasi evaluasi dengan menerapkan metode SWOT disertai teknik analisa data kualitatif dengan menerapkan analisis taksonomi. Penggunaan dua metode tersebut memiliki maksud dan tujuan agar memudahkan penulis dalam merancang logo Tanda Mata Kreatif.

2.1.1 Tahap Pertama

Analisis SWOT pada tahap pertama memiliki kepanjangan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman). Penggunaan metode analisis SWOT bertujuan untuk meninjau kembali data yang sudah didapatkan sebelumnya. Dengan melakukan evaluasi kembali data dengan mempertimbangkan aspek kekuatan dan kelemahan suatu objek dari sisi internal serta aspek peluang ataupun ancaman dari eksternal bisa diatasi oleh objek dalam membuat rancangan.

2.1.2 Tahap Kedua

Penggunaan analisis tasknomi di tahap kedua, merupakan proses merancang logo, tujuannya agar memudahkan penulis dalam memaparkan data – data yang sudah didapat, dengan menjelaskan kategori ke beberapa poin agar penulis bisa fokus terhadap tujuan atau sasaran rancangan.

2.2 Tinjauan Teori

Tinjauan Teori terdapat berbagai teori yang dijabarkan secara menyeluruh tentang logo ataupun elemen identitas visual, menjadi landasan latar belakang yang bisa membantu dan mempermudah penulis dalam proses merancang logo komunitas Tanda Mata Kreatif.

2.2.1 Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah citra yang dibuat untuk memperjelas suatu informasi dengan memberikan gambaran secara visual. Dasar dari ilustrasi ialah pemikiran; konsep dan ide yang mendasari tentang apa yang ingin disampaikan dengan gambar (Male, 2007:5).

2.2.2 Elemen Gambar

Elemen gambar yang ada pada identitas visual ialah foto, infografis, *artwork*, dan lain-lain yang bisa membentuk sebuah karakter dari entitas tersebut. Gambar bisa digunakan sebagai sarana menyampaikan pesan dan konsep, untuk membuat karakter pada elemen gambar diperlukannya waktu untuk mengamati tentang kepribadian entitas agar mudah dipahami secara mendetail tentang subjek.

2.2.3 Identitas Visual

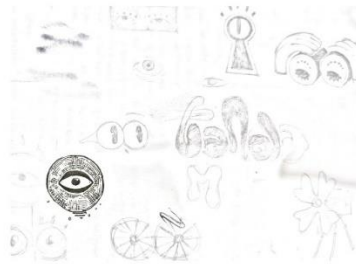
Identitas visual ialah gambaran suatu produk, Identitas biasanya digunakan dalam mengenali juga memberi pembeda antara satu dengan yang lainnya. Identitas yang ditunjukkan secara konsisten akan memberikan representasi pada publik bahwa entitas tersebut konsekuen dan profesional. Dari sisi tersebut mampu diharapkan dapat meningkatkan *brand awarness* di benak pikiran masyarakat (Rustan, 2009:54).

2.2.4 Logo

Logo ialah singkatan dari *logotype*. Istilah logo muncul di tahun 1937 dan istilah logo lebih dikenal daripada *logotype*. Logo bisa menerapkan berbagai elemen-elemen, tulisan, logogram, ilustrasi, gambar, dan yang lainnya. Banyak yang mengatakan



Gambar 4. Sketsa Logo Tanda Mata Kreatif
Sumber : Penulis, 2024



Gambar 5. Sketsa Logo Tanda Mata Kreatif
Sumber : Penulis, 2024

3.2. Aspek Bentuk dan Filosofi

Pembuatan desain logo Tanda Mata Kreatif melalui berbagai macam sketsa sehingga membentuk suatu visualisasi berbentuk logo itu sendiri. Di balik berbagai bentuk yang terdapat dalam logo Tanda Mata Kreatif tentunya memiliki aspek dan filosofi makna.



Gambar 6. Sketsa Terpilih Logo Tanda Mata Kreatif
Sumber : Penulis, 2024

Gambar 6 menampilkan sketsa logo terpilih. Logo ini merupakan rangkaian huruf “tanda mata” yang berpola, yakni pola huruf T, huruf A (yang dibalik), huruf N yang dibuat melengkung agar tidak terkesan kaku, huruf D yang lebih *playful* agar terkesan tidak monoton, huruf A (yang dibalik) untuk memberikan kesan posisi sebagai peran dalam film, dan huruf M yang dibuat tidak menyerupai huruf baku atau dasar akan tetapi memainkan pola lengkungan. Bagaimanapun terakhir berupa huruf A-T-A membentuk seperti wajah yang memiliki mata yang mana sesuai dengan *keyword* Tanda Mata Kreatif sebagai visualisasi artistik yang bertujuan untuk sebagai wadah bagi mahasiswa ataupun pelajar yang mempunyai minat dalam dunia perfilman.

3.3. Warna Logo

Pemilihan warna dalam logo Tanda Mata Kreatif yang dipilih adalah berwarna hitam dan putih (negatif positif). Tentunya pemilihan warna ini melihat efisiensi dari

warna itu sendiri terhadap logo Tanda Mata Kreatif. Menurut Gregory Thomas (2000), logo yang baik harus dapat diaplikasikan dalam hitam putih sehingga dapat melalui proses fotokopi atau *fax*. Adanya pemilihan warna hitam ini memberikan keseimbangan antara filosofi logo Tanda Mata Kreatif yang memiliki bentuk melengkung cenderung *playful* dari segi objek sekaligus kesan *timeless* dari masa ke masa sebagai wadah bagi mahasiswa ataupun pelajar yang mempunyai minat dalam dunia perfilman.

3.4. Hasil Desain

Perancangan sketsa hingga ke hasil desain akhir dilandasi teori logo menurut Rustan (2013:47), yang menjelaskan bahwa logo haruslah sesuai dengan konsep dan karakteristik. Sebuah logo yang baik harus memenuhi kriteria yang unik dan memiliki arti berbeda atau tidak ada serupa. Kedua, ada kriteria sederhana memiliki arti mudah dipahami atau dilakukan, maupun tidak rumit. Terakhir, adanya karakter fleksibel yang mana mudah diadaptasi baik dimodifikasi.

Berdasarkan pengertian tersebut, peneliti melakukan perancangan sketsa logo dengan memberikan 2 alternatif desain logo yang telah didigitalisasi. Setelah memperoleh 2 alternatif logo pertama pada gambar 7 dan alternatif logo kedua pada gambar 8, kemudian penulis melakukan sesi diskusi dengan komunitas Tanda Mata Kreatif untuk menentukan logo final yang terbaik dan sesuai dengan karakteristik pada komunitas tersebut. Hasil dari diskusi ditentukan di antara 2 logo tersebut mana yang akan dieksekusi menjadi logo final dengan pemberian warna dan *font*.

Keunikan yang diterapkan yaitu bisa terlihat dari penataan dan pembentukan *shaping* huruf yang menyerupai seperti wajah manusia yang sedang melihat. Melihat di sini dimaksudkan sebagai simbol yang mewakili kata dari mata. Kedua, dibuat tidak rumit tetapi jelas bahwa huruf huruf tersebut ditata sekemudian rupa untuk tetap terbaca. Logo dibuat fleksibel melalui pemilihan warna yang bisa diaplikasikan dalam berbagai macam media dan *background*.



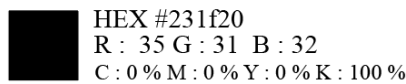
Gambar 7. Alternatif Desain Logo Digital Tanda Mata Kreatif Pertama
Sumber : Penulis, 2024



Gambar 8. Alternatif Desain Logo Digital Tanda Mata Kreatif Kedua
Sumber : Penulis, 2024

3.5. Warna

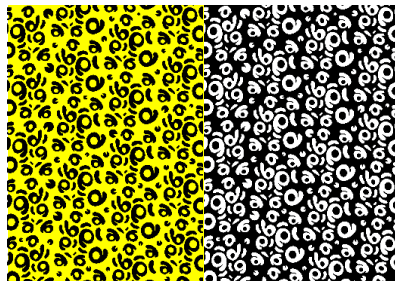
Menurut Adams (2008), warna hitam berkaitan dengan keseriusan, kekuatan, dan misteri, bahkan bisa diartikan sebagai kesucian. Hitam juga mempunyai lambang berwibawa, *stylishness*, dan *elegance*. Dalam perancangan logo Tanda Mata Kreatif, penulis ingin membuat kesan logo tersebut menjadi berwibawa, *elegance*, dan serius, sehingga warna yang diterapkan pada logo tersebut yaitu berwarna hitam seperti yang ditampilkan pada gambar 9. Pemilihan warna hitam memberikan kesan logo menjadi komunitas yang serius dalam mengerjakan *project – project* film dan berwibawa ketika tampil didepan umum untuk unjuk gigi dari segi karya ataupun prestasi, sekaligus serius dalam mengenalkan komunitas Tanda Mata Kreatif kepada publik.



Gambar 9. Warna Tanda Mata Kreatif
Sumber : Penulis, 2024

3.6. Supergrafis

Kata kunci yang sudah dijabarkan sebelumnya, dapat memudahkan penulis dalam melakukan perancangan elemen ilustrasi. Pada perancangan logo Tanda Mata Kreatif, penulis menciptakan ilustrasi yang berupa *pattern* ataupun *background* pada media rancangan yang ditampilkan pada gambar 10. Menurut López (2019: 84), supergrafis merupakan satu bagian dari identitas visual yang membuat audiens mengingat akan identitas tanpa harus melihat logo. Supergrafis bisa diambil dari elemen pada logo, dan bisa berbentuk apapun seperti tipografi, pola, maupun bentuk geometris.



Gambar 10. Background / Pattern Tanda Mata Kreatif
Sumber : Penulis, 2024

3.7. Hasil Desain Media Pendukung

Implementasi hasil desain ditampilkan pada gambar 11 sampai dengan gambar 14. Visualisasi media pendukung desain kaos ditampilkan pada gambar 11 menggunakan supergrafis yang sudah ada kemudian ditambah dengan logo Tanda Mata Kreatif di bagian pojok kanan serta ditengah kaos.



Gambar 11. Desain Kaos
Sumber : Penulis, 2024

Gambar 12 menampilkan desain totebag yang juga menggunakan *pattern* supergrafis Tanda Mata Kreatif yang diletakkan di bagian pinggir dan bawah. Gambar 13 dan 14 menampilkan kop surat dan kartu pegawai menggunakan *pattern* dan tata letak. Hal ini bertujuan agar memiliki banyak alternatif dan kesan menarik dari pemilihan supergrafis yang telah ada. Media pendukung ini berfungsi berperan sebagai salah satu strategi untuk dapat memberitahu, menyebar luaskan, pencari, membujuk, dan menarik minat audiens. Logo yang konsisten merupakan hal yang penting dalam mempromosikan brand dalam berbagai media terlebih dengan media digital (Hananto, 2019).



Gambar 12. Desain Totebag
Sumber : Penulis, 2024



Gambar 13. Desain Kop Surat
Sumber : Penulis, 2024



Gambar 14. Desain Kartu Pegawai
Sumber : Penulis, 2024

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas, dapat disimpulkan beberapa hal di antaranya: 1). Tanda Mata adalah komunitas film di Kota Malang yang memerlukan logo sebagai pencari dan pembeda dengan komunitas lain serta sesuai dengan apa yang ingin disampaikan dari tujuan komunitas; 2). Komponen-komponen dalam identitas visual dapat menggambarkan sebuah citra, salah satunya adalah logo, logo dapat

menggambarkan citra dari bentuk, komposisi, dan warna; dan 3). Proses *brainstorming* pada sebuah logo adalah proses yang sangat penting dalam perancangan logo, untuk menemukan arah, membangun karakter, menunjukkan sebuah citra agar sesuai tujuan, visi dan misi identitas tersebut.

5. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan, penulis berkeinginan bahwa penelitian ini bisa memberikan dampak dan manfaat bagi penulis lain dalam merancang desain logo untuk komunitas/grup lainnya. Saran untuk penelitian lanjutan adalah menganalisis peran logo/elemen visual pada komunitas/grup serta dikembangkannya bentuk atau jenis lain dalam perancangan logo. Selain itu, dikembangkan media pendukung lain yang lebih *modern*, sehingga kesan yang ditimbulkan tidak terkesan monoton atau membosankan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti ingin mengutarakan rasa syukur dan terima kasih atas kepada semua pihak yang telah berkontribusi baik secara moral dan materiil sehingga tim peneliti bisa terus berkarya, terutama kepada komunitas Tanda Mata Kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Kusrianto. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Offset
- Adams, S. 2008. Color design workbook: A real-world guide to using color in graphic design. Beverly, MA: Rockport Publishers.
- Alan Male. 2007. Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective. SA: AVA Publishing
- Hananto, B. A. 2019. Identitas Visual Digital Brand Dalam Sosial Media. Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur, 57.
- Kartika, J. D., & Wijaya, R. S. 2015. Logo: Visual Asset Development. (Ima, Ed.) (1st ed.). Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kertajaya, Hermawan. 2008. Arti komunitas. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lexy, J. Moleong. 2005. Metodologi penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Rustan, Suriyanto. 2009. Layout, dasar, & penerapannya. Jakarta : PT. GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA
- Rustan, Suriyanto. 2013. Mendesain Logo. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yoldi López, M. 2015. Supergráfica. EME Experimental Illustration, Art & Design, (3), 74-87.