

## TINJAUAN DESAIN PADA LOGO PROGRAM STUDI DKV ITB AHMAD DAHLAN JAKARTA

Oleh: **Lyscha Novitasari<sup>1</sup>**, **Annisa Fa'izah<sup>2</sup>**

Program Studi Desain Komunikasi Visual<sup>1,2</sup>,

Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta<sup>1,2</sup>

E-Mail: lyscha.novitasari@itb-ad.ac.id<sup>1</sup>, faizahnisa01@gmail.com<sup>2</sup>

### Abstrak

Saat ini hampir semua hal memiliki tanda yang menjadi lambang sebagai simbol pengenalan yang disebut dengan logo. Logo dimiliki mulai dari perusahaan besar hingga komunitas kecil, produk, tempat, instansi pemerintah bahkan branding perorangan. Logo yang merupakan wajah dari hal yang diwakilinya lebih dari sekedar gambar dengan nilai estetis namun memiliki tujuan pokok yaitu haruslah mampu menampilkan kepribadian dan jati diri empunya dengan tepat, setiap elemen mengkomunikasikan sebuah makna yang merepresentasikan hal dari dalam. Bidang kejuruan yang mendalami ilmu produksi logo ini adalah program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) yang membahas dan mempelajari berbagai hal berkaitan dengan visual berupa gambar-gambar atau tanda sebagai alat komunikasi yang efektif, diantaranya adalah logo. Program Studi DKV yang memiliki keunikan dan kekhasan di dalamnya dan belakangan kemarin baru menetapkan logo barunya adalah Program Studi DKV kampus ITB Ahmad Dahlan Jakarta. Program Studi DKV ITB Ahmad Dahlan sebagai institusi pendidikan desain di bawah naungan Muhammadiyah pastilah memegang nilai-nilai Islam Berkemajuan yang harus langsung terkomunikasikan melalui logonya.

Kata Kunci: Logo, DKV, ITB Ahmad Dahlan Jakarta.

### PENDAHULUAN

Logo merupakan identitas visual suatu entitas. Identitas visual ini diwakili lewat penggunaan gambar, warna, garis, kotak, maupun huruf yang dinilai dapat mewakili citra entitas tersebut. Setiap elemen yang terkandung dalam sebuah logo mengandung makna yang direpresentasikan. Melalui logo dapat secara instan membangun kredibilitas perusahaan, mengkomunikasikan dalam hitungan detik bahwa perusahaan lebih baik, lebih cepat, dan lebih kredibel.

Desain logo yang berperan sebagai identitas merupakan citra, wajah dan kepribadian perusahaan di mata konsumen atau masyarakat. Logo harus dapat digunakan untuk menggambarkan setiap karakteristik non fisik dari entitas berupa bidang, bentuk, visi, misi dan kepribadian serta identitas secara keseluruhan. Logo harus dengan jelas menunjukkan kepribadian perusahaan, apa yang terlihat di permukaan benar-benar berasal dari dalam perusahaan. Sebagus apapun bentuk logo, jika gagal dalam menggambarkan karakter perusahaan yang diwakilinya atau bahkan tidak sesuai, maka logo hanya menjadi simbol yang tidak berarti.

Entitas dari logo bisa berupa apa saja instansi besar, perorangan atau perorangan, masyarakat dll, salah satunya adalah lembaga pendidikan. Institusi yang baru-baru ini mematenkan logo barunya adalah program studi Desain Komunikasi Visual kampus Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan (ITBAD).

Program studi DKV ITB Ahmad Dahlan memiliki prinsip yang jalankannya yaitu memegang dan menerapkan nilai-nilai Islam dalam sistem pembelajarannya. memiliki matakuliah kekhasan dari prodi DKV ITBAD yaitu matakuliah kaligrafi. Sehingga logo prodi DKV Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan menggunakan huruf-huruf latin dengan

ejaan arab melayu yang dirangkai menjadi susunan model kaligrafi berbentuk persegi dan menggunakan tone warna kuning, cokelat, dan hijau.

Kajian kali ini membahas tentang analisa tinjauan visual desain logo DKV di Kampus ITB Ahmad Dahlan.

## LATAR BELAKANG

Program Studi Desain Komunikasi Visual ITB Ahmad Dahlan Jakarta, yang merupakan salah satu Program Studi dari yayasan Muhammadiyah saat ini mulai agresif mengembangkan seni dan desain dengan konsep Islam Berkemajuan. Berbagai mata kuliah penunjang seperti Kaligrafi dan Ornamen Islam dan ilustrasi yang berkonsep Islami menjadi poin pembeda dengan Program Studi DKV pada dasarnya. Logo yang digunakan oleh Program Studi DKV saat ini menggunakan kaligrafi khat Kufi yang berbeda dengan Program Studi DKV pada umumnya.

Rustan dalam Safanayong (2009 : 1) menyatakan bahwa logo bagaikan sebuah bendera, tanda tangan dan sebuah lambang yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberikan sebuah identitas, informasi, persuasi yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran.

Sebuah logo diperoleh maknanya dari sebuah kualitas yang disimbolkan, melalui corporate culture, positioning, historis atau aspirasi. Sebuah arti atau yang dimaksud merupakan lebih penting daripada seperti apa rupa atau bentuknya. Penekanannya lebih kepada makna di luar atau di balik wujud logo tersebut.

Logo merupakan sketsa atau simbol desain grafis yang dibuat dalam jenis huruf yang sangat spesifik dan diatur agar terlihat menarik. Warna yang digunakan juga berbeda. Bentuk logo harus tajam dan desainnya mencerminkan sebuah perusahaan, produk, organisasi dan servis yang diberikan. Logo lebih dari sekedar simbol huruf, tapi merupakan salah satu brand identity yang menggambarkan citra perusahaan. Logo juga menjadi konsep nyata yang bisa dilihat sebagai gambaran visual sebuah perusahaan yang mudah dikenali oleh konsumen (Yuliantanti, 2008 : 21)

Dwiyanti dkk dalam jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indosensia pada tahun 2018 menyatakan bahwa merek atau brand berperan sangat penting dalam kesuksesan pada sebuah produk. Nama merek atau brand yang mudah diingat akan mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian. Dengan memperkuat brand dan menanamkan kesadaran merek (brand awarness) di benak konsumen atau masyarakat. Brand awarness merupakan kemampuan calon pembeli atau konsumen untuk mengenali maupun mengingat sebuah brand. Dalam hal ini dapat meliputi nama, logo, serta slogan tertentu yang digunakan oleh para pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya (Mayasari, 2011)

Clementia dkk menyatakan bahwa disaat seorang konsumen telah mempercayai suatu brand, maka konsumen tersebut telah memiliki niat untuk membeli, karena telah memiliki kesan positif terhadap brand tersebut. Bahkan seorang konsumen akan melakukan pembelian kembali terhadap suatu brand yang disukai (Ardhanari, 2008)

Setiap produk biasa menggunakan merek/brand atau nama yang melekat pada suatu produk tersebut, dan brand itulah yang dibangun di dalam benak masyarakat. Bagi marketer yang paling penting adalah sebuah brand tersebut dapat dibeli, digunakan terus, bahkan dicintai oleh konsumennya secara terus menerus. Hal ini menjadi salah satu indikator suksesnya sebuah produk. Perancangan strategi komunikasi yang tepat and intens antara produk dengan target segmentasi merupakan salah satu faktor sebuah produk dapat dicintai oleh masyarakat (Lestari dan Dewi, 2021: 98-96).

## RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah pada penelitian ini yakni adalah bagaimana logo Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta dalam memperkuat identitasnya sebagai prodi DKV yang memiliki kekhasan Islam Berkemajuan?

## TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui apakah logo Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta saat ini sudah menggambarkan citra atau identitas visual yang tepat dengan kekhasan prodi DKV ITB Ahmad Dahlan Jakarta, yakni Islam Berkemajuan.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian untuk analisa logo Program Studi DKV ITB Ahmad Dahlan adalah menggunakan metode kualitatif. Kajian semiotika dengan menganalisa logo sebagai tanda identitas visual dari segi formalistik berupa: bentuk, warna dan elemen-elemen grafis yang digunakan dan segi ekspresifistik berupa makna, pesan dan ungkapan yang disampaikan oleh desain.

## ANALISA DATA LOGO

Salah satu bagian dari identitas perusahaan adalah logo. Logo merupakan atribut paling pertama yang terlihat dari suatu perusahaan. Logo merupakan simbol yang ditujukan sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan citra perusahaan sehingga logo harus berdasarkan kepribadian perusahaan tersebut. Logo dapat berupa bentuk abstrak atau figuratif yang menyertakan teks nama, ataupun berupa huruf-huruf yang membentuk kalimat.

Fungsi logo adalah sebagai identitas perusahaan, lambang ciri yang memudahkan pengenalan perusahaan, menyampaikan citra, memberi kepercayaan kepada publik dan untuk mendorong pemasaran. Logo juga sering dijadikan sebagai kebanggaan perusahaan.

Jenis logo terbagi menjadi tiga yaitu logotype, logogram dan logomixed. Logotype adalah jenis logo tipografi yang menggunakan huruf dan kata dalam logonya. Logo gram adalah jenis logo piktografik yang menggunakan gambar visual atau simbol pada logonya. Sedangkan logomixed menggabungkan simbol dan tulisan dalam logo.

Kriteria logo:

1. Unik dan menarik perhatian. Mencerminkan dan mengangkat citra entitasnya dan menjadi ciri khas.
2. Fleksibel, tahan lama karena logo harus mengakomodasi citra entitasnya dalam jangka waktu selama mungkin.
3. Mencerminkan identitas perusahaan.
4. Sederhana dan mudah diingat.

Elemen penting dalam logo ada tiga yaitu:

1. Nama, berkaitan dengan bunyi atau kata. Walaupun belum pernah melihat, lewat nama kita bisa mendapatkan gambaran mengenai suatu objek. Nama merupakan atribut identitas yang membentuk brand image pertama di benak publik. Nama sangat penting karena semua atribut identitas perusahaan seperti image, gambar, warna dan lain-lain dibangun dengan berpijak pada nama. Saking pentingnya nama, pemilihan dan pencarian nama membutuhkan proses yang tidak mudah perlu ditentukan brand arsitektur terlebih dahulu karena hal itu yang akan mempengaruhi konstruksi penamaan dan identitas visual ke depannya.

2. Simbol, berkaitan dengan bentuk visual. Simbol atau gambar dapat memperkuat kesan terhadap kepribadian brand.
3. Warna, menjadi daya tarik visual dan dapat memunculkan efek psikologis. Penggunaan warna yang baik dapat membuat penyampaian pesan lebih kuat, juga dapat membantu pemahaman orang yang melihat terhadap pesan logo.

Unsur-unsur pembentuk logo:

1. Garis atau Line  
Garis merupakan gabungan antara satu titik dengan titik lainnya. Garis adalah unsur dasar dalam membangun sebuah bentuk. Bentuk dari garis dan arahnya memiliki makna dan sifat yang berbeda yang terkandung di dalamnya.
2. Bentuk atau shape  
Bentuk adalah sesuatu yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Bentuk-bentuk dasar yang umumnya dikenal adalah bentuk kotak, lingkaran, segitiga, lonjong dan lain-lain. Setiap bentuk memiliki karakter dan kesan yang berbeda.
3. Warna  
warna memiliki pengaruh yang sangat besar. Berdasarkan penelitian warna dapat meningkatkan brand recognition sebanyak 80%. Sehingga pemilihan warna yang tepat merupakan aspek yang sangat penting. Warna terbagi menjadi beberapa klasifikasi, berdasarkan tone nya dibagi menjadi dua, yaitu: warna hangat & warna dingin. Berdasarkan pembagiannya dibagi menjadi: primer, sekunder, intermediate, tersier, dan kuartier. Berdasarkan keharmonisannya dibagi menjadi beberapa, diantaranya: warna komplementer, warna analogous, warna triadic.
4. Tipografi  
Tipografi merupakan seni memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga akan menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca secara semaksimal mungkin.

## GESTALT

Gestalt adalah teori psikologi yang menyatakan bahwa seseorang akan mempersepsikan apa yang dilihatnya sebagai satu kesatuan yang utuh. Teori ini menjelaskan persepsi yang muncul di benak seseorang terhadap suatu objek yang dilihatnya.

Beberapa prinsip Gestalt:

1. Similarity: objek yang bentuknya sama atau mirip akan dilihat sebagai satu kelompok tersendiri.
2. Closure: Sesuatu akan dilihat sebagai kesatuan yang utuh walau ada beberapa bagian yang dihilangkan.
3. Figure ground: melihat latar depan atau latar belakang sebagai objek gambar, atau keduanya menjadi objek.

Logo yang menjadi bahan tinjauan kali ini adalah logo dari Prodi Desain Komunikasi Visual dari Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan yang berlokasi di Tangerang Selatan.

Sekilas tentang Prodi DKV ITB Ahmad Dahlan, Prodi DKV kampus ITB Ahmad Dahlan memiliki visi untuk menumbuhkembangkan insan desain komunikasi visual yang berilmu dan berakhlak mulia dengan kemampuan unggul berdaya saing berjiwa Socio-Technopreneur berlandaskan nilai nilai Islam Berkemajuan.

Sejarah singkat dari prodi DKV ITB Ahmad Dahlan. Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Ahmad Dahlan Jakarta awalnya bernama Akademi Bank Muhammadiyah (ABM) yang didirikan pada 1 Januari 1968. pada tahun 1985 ABM dikonversi menjadi Akademi Keuangan dan Perbankan Muhammadiyah (AKPM) Jakarta. AKPM lalu berubah menjadi STIE Ahmad Dahlan Jakarta yang saat itu memiliki dua program studi yaitu: Manajemen Keuangan dan Perbankan dan Akutansi. Selanjutnya, STIE Ahmad Dahlan mengalami perubahan bentuk menjadi ITB Ahmad Dahlan Jakarta berdasarkan Surat Keputusan (SK) Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti) No: 882/KPT/1/2018 tertanggal 11 Oktober 2018. Saat ini ITB Ahmad Dahlan memiliki dua Fakultas yakni Fakultas Ekonomi Digital dan Fakultas Teknik dan Desain dengan 9 (sembilan) Prodi salah satunya Prodi Desain Komunikasi Visual.

Prodi DKV ITB Ahmad Dahlan memiliki kekhasan, kampus yang berorientasi keislaman ini memiliki ciri kekhasan pada pembelajarannya yang memasukkan matakuliah Kaligrafi & Ornamen Islami pada pengajarannya.

Berikut adalah logo dari Prodi DKV ITB Ahmad Dahlan:



Program Studi  
**Desain Komunikasi Visual**  
Institut Teknologi & Bisnis Ahmad Dahlan

Logo DKV ITBAD termasuk dalam jenis logogram sekaligus *logotype*, logogram yang menggunakan bentuk-bentuk dasar berupa lingkaran, segi tiga dan dua buah persegi yang disusun bertumpuk dengan posisi yang bersilangan dan *logotype* yang menggunakan huruf latin membentuk tulisan kaligrafi.

Kaligrafi (*calligraphy*) berasal dari kata kallos yang berarti indah dan graph yang berarti aksara atau tulisan. Sehingga kaligrafi bermakna kepiawaian menulis elok. Kaligrafi dalam bahasa arab disebut dengan khat yang berarti garis atau tulisan indah.

Kaligrafi yang dipakai adalah jenis khat muzawwa atau kubisme yang biasa dikenal dengan nama kufi yang memiliki ciri istimewa dan sangat mudah dikenali. Ciri dan karakteristik dari khat kufi adalah seimbang dengan sifatnya yang bersiku-siku atau persegi mencolok sehingga terlihat ringkas dan kokoh. Khat kufi diakui oleh umum sebagai tulisan raja karena dipandang begitu indah dan agungnya, dan menjadi satu- satunya khat untuk menulis Al-Qur'an zaman dahulu, khat kufi juga dipakai sebagai simbol-simbol pada manuskrip Arab lama. Khat ini dikatakan sebagai khat tertua yang menjadi sumber dari seluruh kaligrafi arab. Lebih detil lagi merupakan jenis kaligrafi kufi murabba.

Penggunaan khat kufi yang tegas dan kokoh dipadu dengan pinggiran sisi yang dibuat tumpul, lembut, tidak tajam memberi kesan dinamis, mengalir dan fleksibel. Sesuai dengan image DKV yang merupakan bidang kesenian yang kreatif dengan karakternya tidak kaku, santai, dan ramah.

Kalimat yang tertulis adalah *اد تب ا ي ديكاف* yang merupakan bahasa arab melayu untuk DKV ITBAD. Penggunaan huruf latin arab melayu yang ditulis menggunakan seni kaligrafi atau khat menunjukkan hadirnya nilai-nilai keislaman dalam prodi DKV kampus ITBAD.

Logo gram tersusun dari beberapa bangun datar yaitu lingkaran, segitiga dan persegi yang masing-masing bangun memiliki karakternya sendiri:

1. Lingkaran mempunyai kesan dinamis, tak terputus, sempurna, memiliki kecepatan, berulang, abadi, berkualitas, integritas, dapat diandalkan. Lingkaran juga menyimnolkan pergerakan, kesatuan dan harmoni serta kehidupan. Dalam ilmu psikologi bentuk lingkaran dapat membuat nyaman orang yang melihatnya.
2. Segitiga dalam konsep religius menghubungkan tiga unsur yaitu alam, manusia dan Tuhan. Dalam konsep kekeluargaan menggambarkan ibu, anak dan ayah. Dan dalam

metafisika setiap sudutnya melambangkan raga, pikiran dan jiwa. Segitiga merupakan bangun dengan stabilitas yang tinggi.

Segitiga berarti arah, puncak dan tujuan memiliki sifat ketegaran, maskulin. yang mengarah ke atas melambangkan stabilitas dan momentum, segitiga yang mengarah ke sisi samping melambangkan arah, gerakan dan tindakan.

3. Persegi memiliki kesan keseimbangan, kokoh, keberanian, keteraturan, profesionalisme dan solid. Persegi juga merupakan simbol yang mencerminkan bangunan, simetris, kehandalan, ketertiban, dan stabilitas juga menggambarkan visi dan kekuatan.

Gambaran besar dari bentuk garis luar berupa dua buah persegi ditunjuk dengan bersilangan menyerupai bentuk matahari yang telah terdistorsi merupakan tipe closure pada prinsip gestalt. Bentuk matahari sebagai tanda bahwa DKV ITB Ahmad Dahlan adalah institusi pendidikan di bawah naungan Muhammadiyah yang memiliki lambang matahari.

Palet warna pada logo ini menggunakan satu warna tone dingin berupa hijau dan dua warna tone hangat berupa kuning-jingga dan merah marun.



Kuning & jingga  
HEX: #FCB117  
HEX: #FF9C31

Kuning diidentikkan dengan sinar matahari. Berkaitan dengan gembira, bahagia, optimis, cerdas, idealis, kaya, harapan, kreatif dan analitis. Warna jingga adalah warna hangat, kebahagiaan, energi, antusiasme, flamboyan, ekstrovert dan pengambil resiko. Dalam psikologis berarti petualangan, percaya diri dan sosialisasi.



Hijau  
HEX: #0D7C74  
HEX: #095953

Warna hijau yang identik dengan agama Islam dikaitkan dengan alam. Menunjukkan kecerdasan, masa muda, kesuburan, kekayaan, tulus, kesehatan, stabil, tenang, dan harmonis.



Cokelat  
HEX: #750E0E  
HEX: #401212

Warna coklat identik dengan warna kayu yang juga merupakan warna alam. Secara psikologis menimbulkan kenyamanan, membumi, kekuatan, kehandalan dan kematangan. Cokelat melambangkan kesederhanaan, down to earth dan keutuhan keluarga.

## KESIMPULAN

Logo Prodi DKV kampus ITB Ahmad Dahlan sangat mencerminkan identitas dirinya. Nilai keislaman sebagai pokok yang dipegangnya langsung tercermin melalui logo yang menggunakan bentuk ornamen islam dengan model tulisan kaligrafi khat kufi murabba dan frasa DKV ITBAD yang dituliskan dengan huruf arab latin dalam ejaan arab melayu untuk sebagai unsur utamanya. Pada prinsip gestalt logo menggunakan prinsip closure dimana objek yang dihilangkan beberapa bagiannya tetap dapat dilihat sebagai satu kesatuan yang utuh, dalam logo ini gambaran besarnya menampilkan gambar matahari yang merupakan representasi dari simbol bahwa DKV ITBAD berada dibawah naungan organisasi Muhammadiyah yang memiliki simbol matahari.

Pemilihan warna menggunakan warna tiga warna, dua warna hangat: coklat dan kuning sebagai representasi dari DKV yang ceria, kreatif, cerdas, unggul, dan handal. satu warna dingin: hijau warna alam menggambarkan ketenangan, harmonis dan identik dengan agama Islam. Setiap bentuk dan elemen menyimpan makna dan menghasilkan padupadan yang baik dalam mengkomunikasikan karakter dan identitas dari Prodi DKV kampus ITBAD.

## DAFTAR PUSTAKA

- Douglas, Steve. 2011. *The Guide to Great Logos. The Logo Factory.*
- Gernsheimer, Jack. 2008. *Designing Logos the Process of Creating Symbols that Endure.* New York : All Worth Press.
- Irawan, Bambang. 2013. *Dasar Desain untuk Arsitektur, Interior Arsitektur, Seni Rupa, Desain Produksi Industri dan Desain Komunikasi Visual.* Depok : Griya Kreasi.
- Iskandar, Syahril. 2007. *Aplikasi Periklanan Menggunakan Corel Draw X3.* Jakarta : PT Alex Media Komputindo.
- Kristiyono, Jokhanan. 2020. *Komunikasi Grafis.* Jakarta : Kencana.
- Putra, Ricky W. 2020. *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan.* Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sirojuddin. 2016. *Seni Kaligrafi Islam.* Jakarta : Amzah.
- Yulastansi, Ana. 2008. *Bekerja Sebagai Desainer Grafis.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.