

Mata Kuliah Pengantar Desain Komunikasi Visual

Kuliah Online

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Desain dan Industri Kreatif

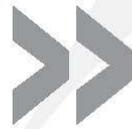
Oleh : Tri Wahyudi, S.Sn., M.Sn.

dimensi



perbandingan dimensi logo
harus 1:4

arti



e

lambang huruf e
- Esa Unggul
- entrepreneurship and creativity



lambang bumi
- global
- internasional

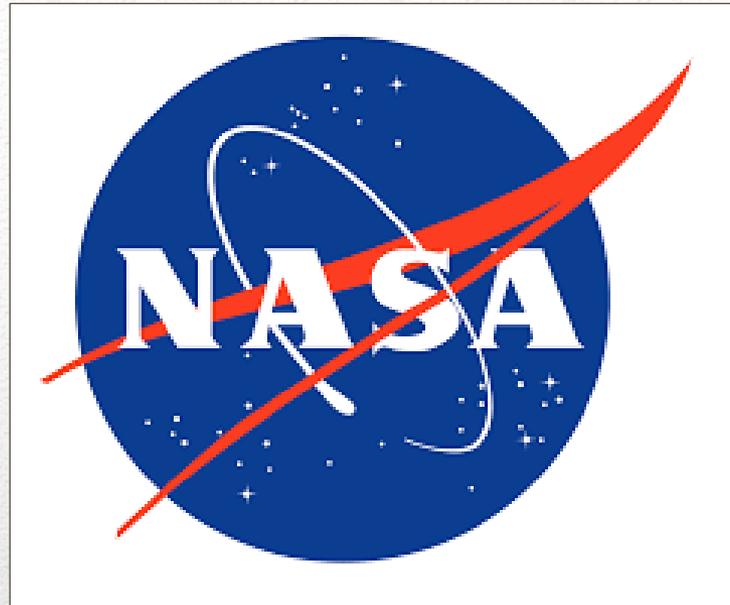
TENTANG LOGO



Logo?

Apa itu Logo?

Logo merupakan suatu hal yang nyata sebagai pencerminan hal-hal yang bersifat non visual dari suatu perusahaan, misalnya budaya perilaku, sikap, kepribadian, yang dituangkan dalam bentuk visual (Suwardikun, 2000: h.7)

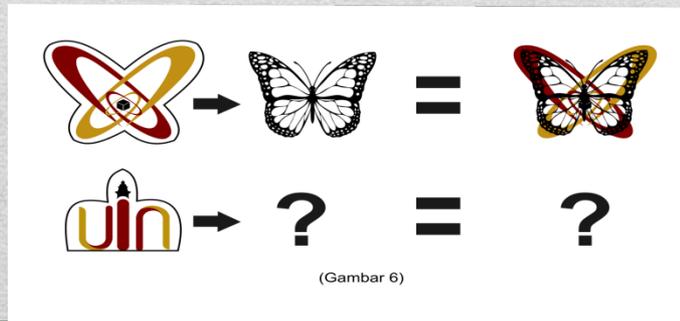


Logo dapat juga disebut dengan simbol, tanda gambar, merek dagang (trademark) yang berfungsi sebagai lambang identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenal yang merupakan ciri khas perusahaan”.



Sedangkan menurut David E. Carter (seperti dikutip Adi Kusrianto, 2007) pertimbangan-pertimbangan tentang logo yang baik itu harus mencakup beberapa hal sebagai berikut:

- a. *Original & Desctinctive*, atau memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas
- b. *Legible*, atau memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.
- c. *Simple* atau sederhana, dengan pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.
- d. *Memorable*, atau cukup mudah untuk diingat, karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang lama.
- e. *Easily associated with the company*, dimana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.
- f. *Easily adaptable for all graphic media*. Disini, faktor kemudahan mengaplikasikan (memasang) logo baik yang menyangkut bentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada proses pencanangan. Hali itu untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya.



(Gambar 6)

Tujuan dari logo menurut David E. Carter (seperti dikutip Al, 1982), yaitu:

- a. Sebagai ciri khas dan identitas agar mudah dikenal oleh publik.
- b. Sebagai penunjuk karakter perusahaan di mata publik.
- c. Menginformasikan jenis usaha untuk membangun *image*.
- d. Merefleksikan semangat dan cita-cita perusahaan.
- e. Menumbuhkan kebanggaan di antara anggota perusahaan



Tujuan dan Fungsi Logo



Jenis-jenis Logo



a. Logo berupa nama (*Name only logos*)

Logo ini terdiri atas nama saja dari produk atau lembaga. Logo ini akan berfungsi dengan tepat untuk nama yang pendek dan mudah dieja.



b. Logo berupa nama dan gambar (*Name/symbol logos*)

Logo ini terdiri dari nama dengan tipe huruf yang berkarakter dan dipadu dengan gambar yang sederhana yang keduanya merupakan satu kesatuan yang utuh yang saling melengkapi.



c. Logo berupa inisial/singkatan nama (*Initial letter logos*)

Logo dengan nama singkatan dari nama lembaga yang panjang dan sulit serta perlu banyak waktu untuk mengingatnya. Masalah yang sering timbul dari logo ini adalah khalayak tidak mengetahui apa kepanjangan dari singkatan tersebut walaupun logonya sudah dikenal.

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in a blue, lowercase, sans-serif font with a registered trademark symbol.The Google logo, featuring the word "Google" in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, green, blue, red).The Disney logo, featuring the word "Disney" in a black, stylized, cursive script font.The Microsoft logo, featuring the word "Microsoft" in a bold, black, sans-serif font.The Coca-Cola logo, featuring the words "Coca-Cola" in a red, cursive script font.The FedEx logo, featuring the word "FedEx" in a bold, sans-serif font, with "Fed" in purple and "Ex" in orange, followed by a registered trademark symbol.

d. Logo berupa nama dengan visual yang khusus (*Pictorial name logos*)

Logo ini berupa nama dari produk dan lembaga dengan elemen yang penting dan menonjol yang secara keseluruhan memiliki ciri yang sangat khusus. Bahkan jika nama/kata/teks dari logo tersebut diganti dengan yang lain tidak akan terlihat berbeda dengan sebelumnya.



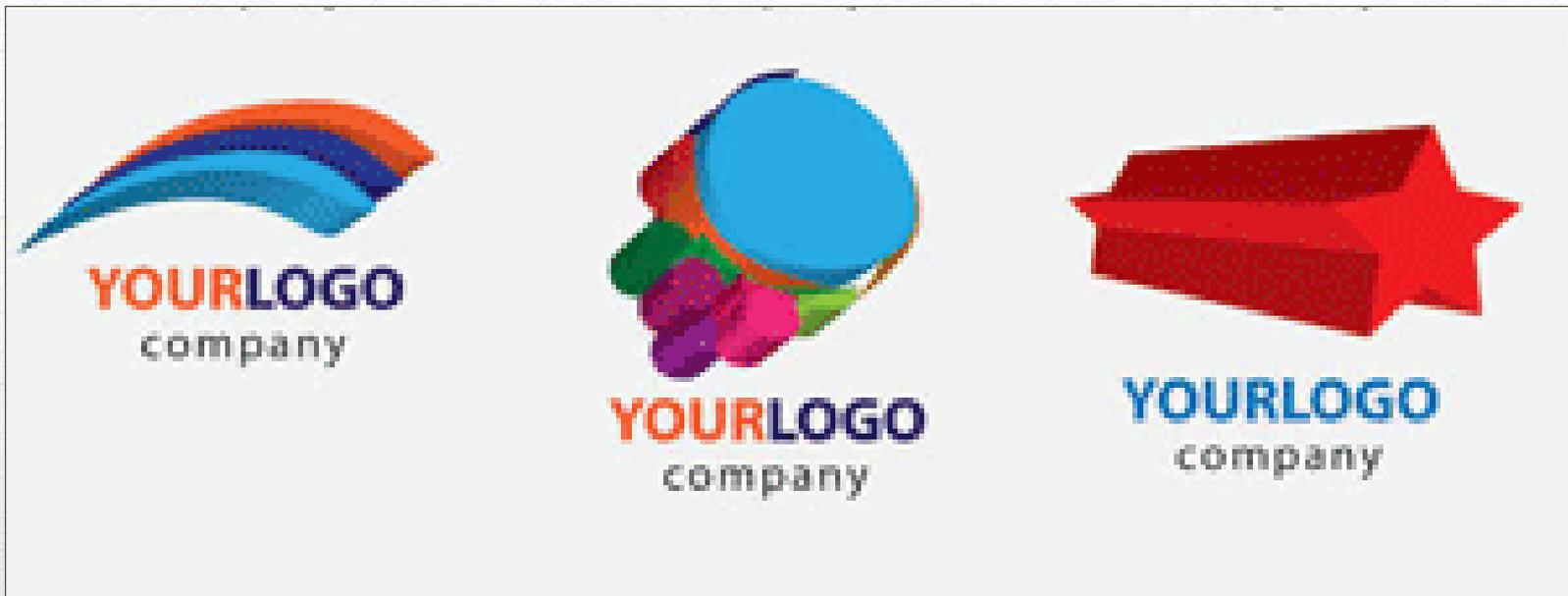
e. Logo asosiatif (*Associative logos*)

Logo ini biasanya berdiri sendiri dan bukan berupa nama produk atau lembaga, namun memiliki asosiasi langsung dengan nama lembaga, produk atau daerah aktivitas yang dijalani oleh lembaga tersebut.



f. Logo dalam bentuk kiasan (*Allusive logos*)

Logo jenis ini memiliki tampilan visual yang berintegrasi dengan bentuk dari benda-benda tertentu.



g. Logo dalam bentuk abstrak (*Abstract logos*)

Banyak logo yang dibuat saat ini menggunakan bentuk-bentuk abstrak atau tidak memiliki asosiasi dengan bentuk apapun yang ada di alam.



Logo ?

Tugas : Buatlah materi presentasi dalam format power point minimal 8 halaman tentang sejarah salah satu bentuk logo yang anda pilih! Penilaian berdasarkan atas objektivitas dan analisis tema logo, efektivitas dan estetika dalam tiap slide materi presentasi yang disampaikan.



- o Contoh tugas materi presentasi analisis sejarah Logo Starbucks Coffe



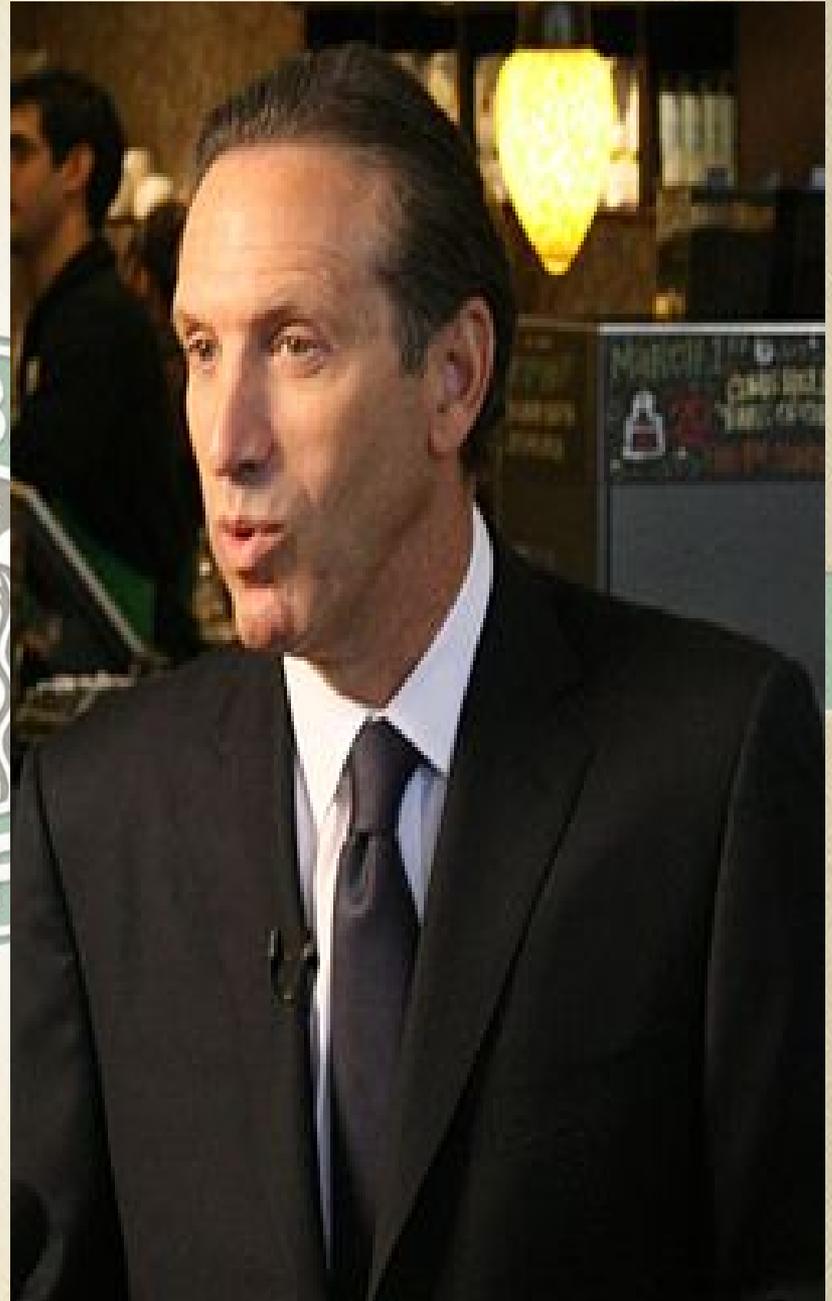
Sejarah Perusahaan



Zev Siegl, Jerry Baldwin, Gordo Bowker

CEO

Howard Schult





Awalnya, perusahaan minuman kopi ini akan dinamakan *Pequod*, seperti nama kapal penangkap paus di dalam novel klasik *Herman Melville : Moby Dick*,



A Twin-tailed siren (15th century).



B



C

II



F



E



D



Warna

Warna logo
Starbucks di
ambil dari Il
Giornale

Tipografia



**FREIGHT
SANS**

STARBUCKS COFFEE

Par
i



1971



1987



1992



2011



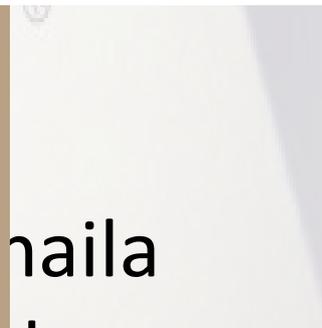
2023



2035



2041



maila
d



The best coffee
For the best **YOU.**

Taste of Inspiration.

Carol, the beverage you
about to enjoy is extraordinary.