

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Perusahaan

Perusahaan menurut Murti Sumarni (1997) adalah sebuah unit kegiatan produksi yang mengolah sumber daya ekonomi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat.

Menurut pendapat Swastha dan Sukotjo (2002:12) definisi atau pengertian perusahaan adalah adalah suatu organisasi produksi yang menggunakan dan mengkoordinir sumber-sumber ekonomi untuk memuaskan kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Pada setiap perusahaan pasti memiliki sebuah nama dan harus diimbangi dengan logo sebagai *icon* perusahaan.

B. Logo

Logo berasal dari Bahasa Yunani yaitu *Logos*, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya yang lebih populer adalah istilah *logo type*, bukan logo. Pertama kali istilah *logo type* muncul tahun 1810-1840, diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik *lettering* atau memakai jenis huruf tertentu *logo type* adalah elemen tulisan saja. (Rustan, 2009: 12)

Logo adalah penyingkatan dari logo *type*. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logo *type*. Logo bisa menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logo gram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/symbol pada identitas visual. (Rustan, 2009: 13).

Selanjutnya, Sularko, dkk (2008: 6) dalam buku “*How Do They Think,*” mengemukakan bahwa logo atau *corporate identity* atau *brand identity* adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Suatu logo diperoleh maknanya dari suatu kualitas yang disimbolkan, melalui pendekatan budaya perusahaan (*corporate culture*) penempatan posisi (*positioning*) historis atau aspirasi perusahaan, apa yang diartikan atau dimaksudkan adalah penting daripada seperti apa rupanya. Penekanannya pada makna di luar atau dibalik wujud logo itu. Secara keseluruhan logo merupakan instrumen rasa harga diri dan nilai-nilainya mampu mewujudkan citra positif dan dapat dipercaya.

1. Sejarah Logo di Indonesia

Eksistensi logo atau *corporate identity* di Indonesia mulai dari zaman VOC (1602-1799), VOC singkatan dari *Verenigde Oost-Indische Compagnie (The Dutch East India Company)*, perusahaan milik pemerintah Belanda yang komoditi usahanya meliputi rempah-rempah, kopi, teh, tembakau, juga sutra dan porselain Cina dan Jepang.

Operasionalnya di kepulauan Maluku, Jawa, dan Ceylon. Identitas VOC saat itu masih disebut *monogram* (sekarang istilah *monogram* masih digunakan dan memiliki nilai komersial seperti juga logo atau *corporate identity*). Diterapkan di gedung, bedeng, pabrik, kapal, bendera, kanon, pedang, alat senjata lainnya. Penerbitan, kertas, barang pecah-belah, lemari dan peti kemas. Dalam dua dekade belakangan ini, sering perkembangan dan pertumbuhan dunia usaha di Indonesia, citra perusahaan yang positif dan khas makin diperlukan dalam penampilannya. Perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa desain juga tumbuh sejak 1940-an, beriringan dengan tumbuhnya institusi atau lembaga pendidikan dibidang jasa desain grafis, seperti ITB (Institusi Teknologi Bandung), ASRI (Akademi Seni Rupa Indonesia-Yogyakarta, sekarang Institut Seni Indonesia), Universitas Trisakti-Jakarta dan Institut Kesenian Jakarta. 1980-an peran kreativitas dari desainer grafis banyak keterlibatannya dan kontribusinya dalam hadirnya sebuah identitas visual sebuah perusahaan yang khas serta penerapannya secara terencana dan teratur. (Sularko, dkk. 2008: 6,7).

2. Fungsi logo

Fungsi logo adalah sebagai berikut (Rustan, 2009: 13):

- a. Identitas diri. Untuk membedakannya dengan identitas milik orang lain
- b. Tanda kepemilikan. Untuk membedakannya dengan milik orang lain

- c. Tanda jaminan kualitas
- d. Mencegah peniruan/ pembajakan.

3. Jenis dan Klasifikasi logo

a. Jenis Logo

Saat ini banyak sekali jenis logo yang beredar di masyarakat. Tapi pada dasarnya logo terbagi atas Logo *type*, yaitu logo yang menggunakan *wordmark* (kata/ nama dengan unsur tipografi), Logo gram, yaitu logo yang menggunakan ikon (ilustratif atau inisial), serta jenis logo yang merupakan penggabungan antara keduanya, sehingga menjadikan logo tampil komplit. *Yasaburo Kuwayama* mengkategorikan logo menjadi empat jenis:

- 1) Berbentuk huruf (*Alphabet*);
- 2) Lambang-lambang, angka-angka (*Symbols, numbers*);
- 3) Bentuk yang serupa dengan objek aslinya (*Concrete forms*);
- 4) Bentuk abstrak (*Abstract forms*).

Dalam bukunya "*Trademarks & Symbols of The World*", *Yasaburo Kuwayama* membagi *trademark* menjadi empat jenis. Pertimbangan *Kuwayama* dalam membuat pengkategorian ini adalah semata-mata dilihat dari segi penampilan fisik, bukan dari maknanya. (Rustan 2009: 22) Dilihat dari segi konstruksinya, logo pada umumnya terbagi menjadi tiga jenis yaitu:

- 1) Elemen gambar dan tulisan terpisah (*picture mark* dan *letter mark*)

2) Bisa disebut gambar, bisa juga disebut tulisan/ saling berbauur
(*picture mark* sekaligus *letter mark*)

3) Elemen tulisan saja (*letter mark*). (Rustan 2009: 22)

Saat ini banyak sekali jenis logo yang beredar di masyarakat. Tapi pada dasarnya logo terbagi atas Logo *type*, yaitu logo yang menggunakan *wordmark* (kata/nama dengan unsur tipografi), Logo gram, yaitu logo yang menggunakan ikon (ilustratif atau inisial), serta jenis logo yang merupakan penggabungan antara keduanya, sehingga menjadikan logo tampil komplit.

b. Klasifikasi Logo

Sejak dulu orang mencoba mengklasifikasikan jenis-jenis logo, berikut adalah beberapa di antaranya: klasifikasi logo menurut *Alina Wheeler*, 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. Pertimbangannya dalam membuat pengkategorian ini adalah semata-mata dilihat dari segi penampilan fisiknya, bukan dari maknanya. (Rustan, 2009: 22). Pengklasifikasian Per *Mollerup* berbeda dan jauh lebih kompleks, karena menurutnya klasifikasi yang ideal harus mempunyai perbedaan yang tajam dan jelas antara masing-masing ketegori. Di dalam buku yang ditulisnya "*Mark of Excellence*", ia mendasari klasifikasinya dari sudut *semiotic*, logo

sebagai *sign*. Logo tidak hanya dilihat dari segi penampilannya fisiknya namun juga dari segi maknanya. (Rustan, 2009: 22).

4. Pertimbangan dalam membuat logo

Di dalam membuat sebuah logo, tentunya banyak hal-hal yang perlu diperhatikan hingga tujuan awal pembuatan logo tersebut dapat tercapai. Menurut *David E Carter*, pakar *Corporate Identity*, dan penulis buku "*The Big Book of Logo*" jilid 1, 2, dan 3 dari *Amerika*, pertimbangan-pertimbangan tentang logo yang baik itu harus mencakup beberapa hal sebagai berikut:

- a. *Original* dan *distinctive*, atau memiliki ciri yang khas, unik, memiliki daya pembeda yang jelas dengan logo lain.
- b. *Legible*, atau memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi ketika diaplikasikan ke dalam berbagai ukuran dan media promosi yang berbeda-beda.
- c. *Simple* atau sederhana, artinya mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.
- d. *Memorable*, atau mudah diingat karena keunikannya dalam waktu yang relatif lama.
- e. *Easy associated with the Company*, dimana logo yang baik mudah untuk dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.

- f. *Easily adabtable for all graphic media*, di sini faktor kemudahan mengaplikasikan (memasang) logo baik yang menyangkut bentuk fisik., warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada saat proses pencanangan. Hal itu untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya. (Kusrianto, 2006: 234)

C. BENTUK

Bentuk ialah satu titik temu antara ruang dan massa. Bentuk juga merupakan penjabaran geometris dari bagian semesta bidang yang di tempati oleh objek tersebut, yaitu ditentukan oleh batas-batas terluarnya namun tidak tergantung pada lokasi (koordinat) dan orientasi (rotasi)-nya terhadap bidang semesta yang di tempati. Bentuk objek juga tidak tergantung pada sifat-sifat spesifik seperti: warna, isi, dan bahan.

Seorang ahli matematika dan *statistic* dari Inggris, *David George Kendall* mendefinisikan “bentuk” sebagai berikut:

1. Bentuk adalah seluruh informasi geometris yang akan tidak berubah ketika parameter lokasi, skala, dan rotasinya diubah.
2. Bentuk sederhana dapat diterangkan oleh teori benda geometri dasar (dua dimensi) misalnya titik, garis, kurva, bidang (misal, persegi atau lingkaran), atau bisa pula diterangkan oleh benda padat (tiga dimensi) seperti kubus, atau bola. Namun, kebanyakan bentuk yang kita temui dalam kehidupan sehari-hari adalah bentuk rumit.

Misalnya bentuk pohon dan bentuk garis pantai, yang mana sangat rumit sehingga diperlukan lebih dari sekadar teori geometri sederhana untuk menganalisisnya. Salah satu teori yang berusaha menganalisa bentuk-bentuk rumit ini adalah teori fraktal.

1. Definisi Bentuk Kaku

Dalam geometri, dua buah bidang dikatakan memiliki bentuk yang sama apabila salah satu bidang dapat ditransformasi menjadi bidang lainnya melalui satu atau lebih transformasi kaku (translasi, rotasi, penskalaan). Dengan kata lain bentuk dari sekumpulan titik geometris adalah seluruh informasi geometris yang tidak dapat diubah melalui transformasi kaku, yaitu informasi yang tidak berubah ketika posisinya diubah, dan/atau dirotasikan, dan/atau ukurannya diubah. Bentuk dari objek tiga dimensi dikatakan sama jika dan hanya jika bagian semesta ruang yang di tempati oleh objek tersebut memenuhi definisi di atas. Jadi, bentuk tidak tergantung pada ukuran, dan tidak pula tergantung posisi dan arah hadap. Namun, bentuk yang ter-refleksi (seperti objek dan bayangannya di cermin) dapat dikatakan berbeda. Bentuk dapat pula dikatakan berbeda (berubah) apabila ditransformasi skala secara tidak seragam (transformasi dilatasi). Contohnya, bola diskala (ditarik, diperpanjang) pada sumbu X (atau sumbu Y atau Z saja) akan berubah bentuk menjadi *elipsoid* (seperti bola *rugby*). Dengan kata lain, mempertahankan sumbu simetris suatu objek (jika memiliki) adalah

sangat penting untuk mempertahankan bentuk objek. Akan tetapi bentuk hanya ditentukan oleh batas-batas terluarnya saja, jadi, misalnya, dua buah balok es dengan ukuran sama namun salah satu ternyata memiliki rongga udara (ada ruang kosong di dalam balok es) di dalamnya, masih dikatakan dua buah balok es tersebut memiliki bentuk yang sama. Suatu objek jika dapat ditransformasikan menjadi objek lain melalui transformasi kaku dan pencerminan dikatakan kongruen atau sebanding. Jadi sebuah objek pasti sebanding dengan pencerminannya tetapi pasti tidak sebanding dengan pencerminannya yang sudah di-dilatasi. Objek yang memiliki bentuk sama dengan pencerminan objek lain dikatakan sejenis. Jadi objek yang sebanding pasti sejenis, namun objek yang sejenis belum tentu sebanding (misal dua objek sejenis namun tidak sebanding karena objek satu lebih besar dari objek yang lain).

2. Definisi Bentuk Lunak

Bentuk lunak didefinisikan dengan memperhatikan fakta bahwa kita sering menjumpai objek yang bentuknya mudah berubah (misalnya tubuh manusia dengan bentuknya masing-masing, pohon yang meliuk ketika diterpa angin, atau tangan dengan jari-jarinya yang mudah bergerak). Dengan melakukan deformasi isometrik, misal: membengkokkan, maka bentuk intrinsik benda secara Geometri Diferensial tidak berubah walaupun secara ekstrinsik ada bagian yang berubah posisinya. Definisi ini menggunakan fakta bahwa, geodesi-(garis kurva yang diukur

sepanjang penampang luar benda)-nya tetap sama walaupun telah dideformasi. Artinya, misalnya, jarak ujung jari telunjuk sampai ujung ibu jari seseorang diukur melalui kulit tangan akan tetap sama walaupun jari-jari tersebut berubah posisi.

3. Definisi informal

Bentuk juga dapat secara bebas didefinisikan sebagai "penampakan sesuatu, khususnya garis-garis tepinya". Definisi ini cukup sesuai dengan definisi-definisi di atas, bahwa bentuk tidak bergantung pada posisi, ukuran, maupun arah hadapnya. Namun, definisi ini tidak mengutamakan rumus matematis pembentukannya. Contohnya, sudah umum seseorang menyebut sesuatu sebagai bentuk bintang walaupun sebenarnya jumlah titik pada bentuk bintang tidak pernah didefinisikan.

4. Skeptisme filosofis atas definisi

Menurut *Plato*, *Socrates* bertanya kepada *Meno* tentang definisi bentuk/rupa. Dari dialog tersebut muncul lebih dari satu definisi pasti, *Socrates* percaya bahwa tidak ada satu definisi akurat yang mampu menjelaskan sesuatu, segala sesuatu, termasuk definisi bentuk.

D. WARNA

Warna adalah spectrum yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih). Identitas suatu warna ditentukan panjang gelombang 460

nanometer. Panjang gelombang warna yang masih bias ditangkap mata manusia berkisar antara 380-780 nanometer. Dalam peralatan optis, warna bias pula berarti interpretasi otak terhadap campuran tiga warna primer cahaya: merah, hijau, biru yang digabungkan dalam komposisi tertentu. Missal pencampuran 100% merah, 0% hijau, dan 100% biru akan menghasilkan interpretasi warna magenta.

Dalam seni rupa, warna bias berarti pantulan tertentu dari cahaya yang dipengaruhi oleh pigmen yang terdapat dipermukaan benda. Misalnya pencampuran pigmen magenta dan cyan dengan proporsi tepat dan disinari cahaya putih sempurna akan menghasilkan sensasi mirip warna merah. Setiap warna mampu memberikan kesan dan identitas tertentu sesuai kondisi social pengamatnya. Missal warnaputih akan memberi kesan suci dan dingin di daerah Barat karena berasosiasi dengan salju. Sementara di kebanyakan negara Timur warna putih memberi kesan kematian dan sangat menakutkan karena berasosiasi dengan kain kafan (meskipun secara teoritis sebenarnya putih bukanlah warna).

Pengelompokan Warna

1. Warna netral, adalah warna-warna yang tidak lagi memiliki kemurnian warna atau dengan kata lain bukan merupakan warna primer maupun sekunder. Warna ini merupakan campuran ketiga komponen warna sekaligus, tetapi tidak dalam komposisi tepat sama.
2. Warna kontras atau komplementer, adalah warna yang berkesan berlawanan satu dengan lainnya. Warna kontras bisa didapatkan dari

warna yang berseberangan (memotong titik tengah segitiga) terdiri atas warna primer dan warna sekunder. Tetapi tidak menutup kemungkinan pula membentuk kontras warna dengan mengolah nilai ataupun kemurnian warna. Contoh warna kontras adalah merah dengan hijau, kuning dengan ungu dan biru dengan jingga.

3. Warna panas, adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari merah hingga kuning. Warna ini menjadi simbol, riang, semangat, marah dsb. Warna panas mengesankan jarak yang dekat.
4. Warna dingin, adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari hijau hingga ungu. Warna ini menjadi simbol kelembutan, sejuk, nyaman dsb. Warna dingin mengesankan jarak yang jauh.

E. DESAIN

Istilah desain berasal dari bahasa Perancis "*Desiner*" yang berarti menggambar, kadang-kadang diartikan dalam pengertian "merancang", menciptakan bentuk, susunan, garis, bentuk (bidang, warna (nada), dan tekstur biasa diartikan juga merancang, pola menciptakan susunan, organisasi".

Desain merupakan bidang keterampilan, pengetahuan dan pengalaman manusia yang mencerminkan keterkaitannya dengan apresiasi dan adaptasi lingkungannya ditinjau dari kebutuhan-kebutuhan kerohanian dan keberadaanya. Secara khusus, desain dikaitkan dengan konfigurasi,

komposisi, arti, nilai, dan tujuan dari fenomena buatan manusia. Aspek desain menghenaki pertimbangan; bahan fungsi, keefektifan, lingkungan dimana produk tersebut akan dioperasikan serta akibat produk tersebut terhadap manusia. Pada pokoknya desain selalu mengiringi manusia selama manusia itu bergaul dengan alat atau perkakas.

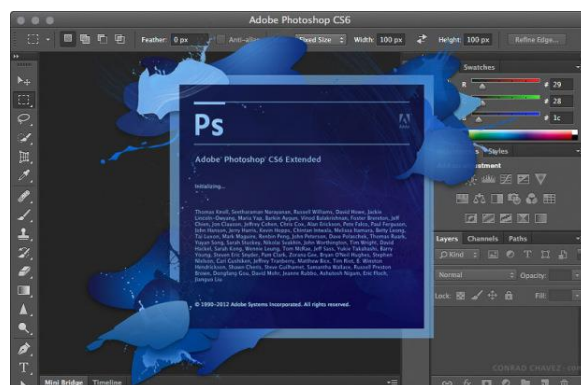
Desain tak pernah menjadi tujuan akhir, dia tak pernah pula terpisah. dari hasil akhirnya, desain adalah suatu kegiatan yang bertujuan. Secara khusus maupun umum dapat disimpulkan bahwa desain adalah menciptakan sesuatu yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan material dan spiritual dengan hasil semaksimal mungkin yang dimulai dari menggambar hingga menjadi hasil akhir.

F. PERANGKAT LUNAK PENDUKUNG

Agar desain logo dapat dibuat dengan baik dan tepat maka dibutuhkan perangkat lunak pendukung (*Software*) yang digunakan dalam pembuatan desain logo tersebut. Berikut beberapa perangkat lunak pendukung (*software*) antara lain :

1. *Adobe Photoshop*

Adobe Photoshop, atau biasa disebut *Photoshop*, adalah perangkat lunak editor citra buatan *Adobe Systems* yang dikhususkan untuk pengeditan foto/gambar dan pembuatan efek. Perangkat lunak ini banyak digunakan oleh fotografer digital dan perusahaan iklan sehingga dianggap sebagai pemimpin pasar (*market leader*) untuk perangkat lunak pengolah gambar/foto, dan, bersama *Adobe Acrobat*, dianggap sebagai produk terbaik yang pernah diproduksi oleh *Adobe Systems*. Penulis menggunakan *Adobe Photoshop CS6* yang di rilis Pada bulan Mei 2012 yang lalu, Tampilan hitam dark menjadi tema default pada *Photoshop CS6* ini, namun anda tetap bisa merubah warnanya seperti warna abu-abu pada versi-versi sebelumnya. Banyak sekali kelebihan *Photosop CS6* ini, diantaranya *Blur Gallery*, *Adobe Camera RAW 7*, didukung oleh *Adobe Mercury Graphics Engine*, *New Crop Tool*, *Auto-Recovery*.



Gambar 2.1 *Photoshop Version CS6*