

## LOGO SELALU BERCERITA PENGAPLIKASIAN LOGO TERHADAP DESAIN

**Steven Albertsen Irlan**

salbertsen@student.ciputra.ac.id

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

### ABSTRAK

Hak asasi anak adalah suatu keprihatinan yang sudah menjadi topik pembahasan yang serius dimana banyak sekali anak-anak yang terlantar dan sudah bekerja tanpa melanjutkan pendidikannya tidak memperdulikan masa depannya sendiri. Sehingga menarik perhatian sejumlah masyarakat yang peduli dengan hal tersebut. Sejumlah masyarakat itulah yang sekarang dikenal dengan yayasan ISCO dimana mereka membantu anak-anak yang terlantar, kurang pendidikan, kekurangan kesadaran terhadap bagaimana dampak yang mereka hasilkan di masa depan. Dan juga tidak jauh dari yayasan ISCO Universitas Ciputra surabaya juga tertarik dengan hal-hal yang sudah ISCO lakukan, sehingga diadakan penelitian untuk kasus ini. Lalu yang dihasilkan adalah pembuatan kampanye sosial yang bertema sama dengan yayasan ISCO sendiri yaitu ajakan untuk bergabung dengan ISCO memberikan opsi dalam pengadaan acara, program-program yang cukup seru dan mudah untuk dimainkan anak-anak dalam rangka mendukung ISCO. Salah satu kampanye yang dilakukan adalah pembuatan logo yang memiliki makna dan tujuan untuk menarik perhatian anak-anak, ajakan terhadap anak-anak untuk bergabung dengan ISCO .

**Kata kunci:** ilmiah, jurnal, panduan, tulisan

### ABSTRACT

*Children's rights are a concern that has become a serious topic of discussion where many children who are displaced and who have worked without continuing their education do not care about their own future. So that it attracts the attention of a number of people who care about it. A number of these communities are now known as the ISCO foundation where they help displaced children, lack education, lack awareness of how their impacts will be in the future. And also not far from the ISCO Foundation, Ciputra University, Surabaya, was also interested in the things that ISCO had done, so research was conducted on this case. Then what was produced was the creation of a social campaign with the same theme as the ISCO foundation itself, namely the invitation to join ISCO to*

*provide options in procuring events, programs that were quite fun and easy for children to play in order to support ISCO. One of the campaigns carried out was the creation of a logo that has meaning and purpose to attract the attention of children, an invitation to children to join ISCO.*

**Keywords:** *scientific, journal, guidance, writing*

## PENDAHULUAN

Di Indonesia terdapat banyak anak-anak yang tidak diurus dengan baik. Menurut KPAI banyak anak-anak dalam masyarakat yang mengalami kasus kekerasan dan tanpa perlindungan orang tua atau bahkan orang tua itu sendiri yang melakukan kekerasan pada anak mereka sendiri. Banyak anak-anak yang mengemis di pinggir jalan demi membantu mencari uang demi keluarga. Bahkan tidak sedikit yang langsung memilih untuk bekerja dan tidak melanjutkan pendidikan karena adanya kendala keuangan. ILO (organisasi Buruh Internasional) mencatat bahwa 2,3 juta anak menjadi buruh dari umur 5 – 17 tahun.

Karena itu dengan logo ini dan bantuan ISCO bekerja sama untuk membantu anak-anak di daerah Indonesia. ISCO Berdiri sejak tahun 1999, ISCO membantu 50 anak di dua wilayah Jakarta. Sekarang, ISCO telah membantu lebih dari 2200 anak di 28 wilayah- 16 di Jakarta-Depok, 8 di Surabaya dan 4 di Medan. Semua anak-anak didik ISCO rata – rata berusia 5 – 17 tahun. Masalah yang kita dan ISCO hadapi diantaranya adalah Kemiskinan, putusnya pendidikan, pernikahan dini, keterlibatan anak-anak dengan geng, preman atau tawuran.

Berikut adalah program-program yang telah dilakukan oleh ISCO diantaranya adalah dukungan pendidikan, sanggar untuk belajar, pemeliharaan kesehatan dan, nutrisi serta perlindungan hak anak. Kampanye ini juga bekerja sama dengan ISCO foundation. Dimana di dalam kampanye sosial ini sudah diterapkan ide-ide untuk mengembangkan kegiatan ISCO supaya lebih menarik untuk kedepannya. Kampanye sosial ini menerapkan ide – ide berupa banner, logo, poster, merchandise, hope paper, video. Dimana di dalamnya berisi ajakan untuk bergabung dalam ISCO foundation agar masa depan anak itu juga terjamin.

## METODE PENELITIAN

Kampanye ini juga menyediakan logo untuk ISCO foundation. ISCO foundation adalah organisasi yang bergerak dalam bidang penjaminan hak anak dan perlindungan anak. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif melalui pengumpulan data primer dengan wawancara. Wawancara ini bersumber dari pihak ISCO foundation, dan data sekunder melalui jurnal, website, buku, dan internet. penelitian ini dilakukan pada bulan Januari – Februari 2020 di universitas ciputra dan Jl. Pecindilan Gg. IV No.17, Kapasari, Kec. Genteng, Kota SBY, Jawa Timur 60273 melalui via whatsapp chat

Teknik pengamatan yang dilakukan berupa observasi terhadap lingkungan ISCO foundation guna menentukan kampanye sosial dan logo sosial. Hal yang diteliti adalah kasus anak yang terlantar di Indonesia, dan awareness anak-anak terlantar Indonesia mengenai masa depan yang baik bagi mereka.

## PEMBAHASAN

Setelah melakukan diskusi yang cukup lama terpilih logo yang akan di aplikasikan ke dalam proyek kampanye organisasi ISCO. Logo yang sudah dipikirkan bersama sama anggota kelompok dan memiliki makna yang didasarkan oleh pertimbangan anak-anak juga. Logo ini terdapat berbagai macam bentuk dan terdiri dari penggabungan beberapa elemen, dan setiap masing-masing elemen memiliki makna tersendiri sesuai dengan filosofi dan warna dari bentuk tersebut yang dikaitkan dengan psikologi anak-anak dan nilai nilai kehidupan.

OUR CAMPAIGN LOGO



Logo ini dibagi berdasarkan beberapa elemen warna dan bentuk-bentuk lain dimana masing masing memiliki makna yang cukup dalam dan cukup berguna untuk mengajak masyarakat sadar tentang masa depan anak-anak dan ajakan untuk bergabung di yayasan ISCO

Bentuk pohon Digambarkan sebagai seorang anak yang akan tumbuh dan memiliki prinsip yang kuat, dan dapat bertahan hidup dalam apa saja kondisi. seperti pohon yang terus tumbuh daun dan bisa bertahan dalam segala cuaca.

Bentuk Anak anak Mendidik dan menaungi anak-anak adalah tujuan dari Yayasan ISCO. Di mana ISCO mendidik anak-anak dengan sukacita agar mereka memiliki masa depan yang cerah.

Bentuk hati Bentuk hati diartikan sebagai belas kasih yang harus diperoleh anak-anak, juga sebagai bentuk kasih sayang dan perhatian Yayasan ISCO untuk anak-anak mereka.

Bentuk bintang yang memiliki figure sebagai benda langit yang terang dan memiliki cahaya di malam hari. Diartikan sebagai masa depan anak-anak yayasan ISCO yang memiliki masa depan yang cerah dan penuh harapan. Sehingga mereka akan menjadi inspirasi di kalangan masyarakat sekitar.

Dalam logo ini memiliki grid system yang dapat membantu mempertegas, memproposikan, dan memperjelas fungsi logo itu sendiri.

## GRID



Berikut pengaplikasian logo dalam grid system.  
Grid adalah sebuah pedoman ukuran logo yang membantu menjaga proporsi logo

Sistem grid ini sudah sering digunakan kedalam setiap pembuatan logo profesional. Grid sistem ini sangat berfungsi dalam menyelesaikan tugasnya yaitu mengatur ukuran, proporsi, dan menjaga keseimbangan logo tersebut

Bila tidak menggunakan sistem ini logo yang akan dibuat nantinya tidak bisa terstruktur dan terlihat tidak seimbang karena akan mengalami perubahan perubahan yang cukup besar sehingga mengurangi proporsi awal yang sudah ditetapkan oleh pembuatnya.

Ukuran minimum dari logo yang dirancang adalah 7cm untuk panjang dan 2,7cm untuk tinggi. Logo tidak boleh diperkecil dan tidak boleh terlalu diperbesar karena apabila logo dirubah tidak sesuai dengan ketentuan akan menyebabkan logo susah dan tidak mudah dimengerti ataupun dicermati.

## MINIMUM SIZE

Ukuran minimum dari logo yang dirancang adalah 7cm untuk panjang dan 2,7cm untuk tinggi. Logo tidak boleh diperkecilkan lagi karena akan susah untuk dilihat



Elemen logo terdiri dari logotype dan logogram. logogram terdiri dari (terdiri dari bentuk hati, pohon, bintang dan anak-anak) dimana masing-masing memiliki makna tersendiri. Dari makna tersebut juga mengandung unsur-unsur yang dapat dijadikan pedoman oleh anak-anak karena mengandung penerapan kehidupan yang bermanfaat bagi anak-anak.

## ELEMENT



Elemen logo terdiri dari logotype dan logogram.  
logogram terdiri dari (terdiri dari bentuk hati, pohon, bintang dan anak-anak). logotype terdiri dari kata Star Is Born yang menggunakan typeface gotham rounded.

logotype terdiri dari kata Star Is Born yang ke di interpretasikan sebagai masa depan anak-anak yang bersinar terang seperti bintang di malam hari.

Dalam logo ini penggunaan typeface yang dipilih adalah typeface Gotham rounded dimana memiliki bentuk yang rounded pada setiap sisi sudut. Dimana agar anak-anak mudah untuk membaca dan tertarik untuk melihat.

Lalu pemilihan typeface kedua adalah monserrat. Pemilihan typeface kedua ini dikarenakan elemen garis typeface monserrat sendiri tegas dan dengan permainan tebal tipis dari garis tersebut membuat kesan elegant dan tidak hanya anak-anak, orang tua pun jika melihat akan tertarik dan dari kesan elegant itu sendiri dapat menarik perhatian orang-orang.

Apabila typeface yang digunakan semua berbentuk tegas maka akan susah untuk dibaca anak-anak dan tidak playfull bagi mereka, sebaliknya bila semua typeface yang digunakan berbentuk rounded akan terkesan tidak playfull dan terkesan ditujukan hanya untuk orang tua bukan ke anak-anak.

Penggunaan warna dalam logo ini terbagi menjadi tiga warna yaitu warna hijau, kuning, coklat. Setiap warna memiliki makna tersendiri dalam pengaplikasiannya pada logo.



Warna hijau yang memiliki makna Harmoni, keseimbangan, penyegaran, cinta universal, pemulihan, kepastian, kesadaran lingkungan, keseimbangan, kedamaian. Dalam logo, hijau diaplikasikan dalam warna daun, yang melambangkan pertumbuhan dan perkembangan.



Warna kuning yang memiliki makna Optimisme, kepercayaan diri, harga diri, extraversion, kekuatan emosional, keramahan, kreativitas. Diaplikasikan dalam bintang, menggambarkan rasa optimis dan harapan.



Warna coklat yang memiliki makna yaitu Keseriusan, kehangatan, Alam, kesederhanaan, keandalan, dukungan. Warna coklat diaplikasikan pada bagian batang pohon yang menyerupai bentuk manusia menggambarkan pribadi yang hangat dan mendukung.

## KESIMPULAN

Hasil dalam penelitian ini adalah terciptanya logo untuk kampanye sosial dengan yayasan ISCO dan pengaplikasian ke dalam kampanye sosial ini. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa logo kampanye ini memiliki pengaruh yang cukup besar dalam mengkampanyekan ajakan untuk bergabung ataupun mendukung gerakan yayasan ISCO yang peduli terhadap anak-anak. Serta memberi pengertian serta dampak bagaimana anak-anak yang bergabung dalam ISCO di masa depan nanti.

## PERNYATAAN PENGHARGAAN

Terima kasih terhadap pihak yayasan ISCO yang sudah bekerja sama dengan baik, menerima wawancara, menyambut dengan baik, menuntun pembuatan kampanye sosial ini agar lebih efektif dan berguna untuk masyarakat serta memberikan pelajaran-pelajaran hidup dan pengetahuan tentang anak-anak yang terlantar diluar sana sehingga dapat menginspirasi penelitian ini serta pembuatan kampanye sosial yang salah satunya meliputi logo yang dapat dijadikan pegangan anak-anak tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

Fitri, A. N., Riana, A. W., & Fedryansyah, M. (2015). Perlindungan Hak-Hak Anak Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Anak. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1).

*iscofoundation.or.id*. (25 februari 2020). *Tentang kami*. Diakses pada 25 februari 2020, dari <https://www.iscofoundation.or.id/tentang-kami>

ROMAN, F.T.N. and TEBAL, C., PERHATIKAN CONTOH JURNAL DI BAWAH.

Suyanto, B., 2010. *Masalah sosial anak*. Kencana.

Megawanti, P., 2015. Meretas Permasalahan Pendidikan Di Indonesia. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 2(3).

Ismantoro Dwi Yuwono, S.H., 2018. *Penerapan Hukum Dalam Kasus Kekerasan Seksual Terhadap Anak*. Media Pressindo.

Nainggolan, L.H., 2005. Masalah Perlindungan Hukum terhadap Anak.

Papert, S., 1999. What is Logo? Who needs it. *Logo philosophy and implementation*.

Ayob, N.M.N., Pusppanathan, M.J., Rahim, R.A., Rahiman, M.H.F., Yunu, F.R.M., Buyamin, S., Rahim, I.M.A. and Yunos, Y.M., 2013. Design consideration for front-end system in ultrasonic tomography. *Jurnal Teknologi*, 64(5).

O'connor, Z., 2011. Colour psychology and colour therapy: Caveat emptor. *Color Research & Application*, 36(3), pp.229-234.

Mikellides, B., 2012. Colour psychology: the emotional effects of colour perception. In *Colour Design* (pp. 105-128). Woodhead Publishing.

Small, J., Melewar, T.C., Pittard, N., Ewing, M. and Jevons, C., 2007. Aesthetic theory and logo design: examining consumer response to proportion across cultures. *International Marketing Review*.