



## STUDI PRINSIP DESAIN LOGO PT RAJAGRAFINDO PERSADA

Rofi Drias Prasetyanto<sup>1</sup>, Asto Janto Sugiharjanto<sup>2</sup>, Soegeng Toekio<sup>3</sup>  
Desain komunikasi Visual – Universitas Sahid Surakarta

### RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui prinsip desain, makna yang terkandung dalam prinsip desain, dan pengaruh logo terhadap konsumen. Prinsip desain terdiri dari kesatuan, keseimbangan, irama, kontras, fokus, dan proporsi.

Secara visualisasi, logo adalah suatu gambar. Gambar itu bisa berupa berbagai unsur bentuk dan warna serta tipografi. Di dalam desain logo terdapat juga prinsip desain. Oleh karena sifat dari apa yang diwakili oleh logo berbeda satu sama lain, maka sebaiknya logo itu memiliki bentuk yang berbeda pula antar suatu perusahaan. PT RajaGrafindo Persada sebagai salah satu perusahaan penerbit buku perguruan tinggi yang berada di Depok, Jawa Barat juga mempunyai logo untuk perusahaan sebagai identitas dan logo tersebut juga mempunyai arti sendiri bagi perusahaan. Untuk mempunyai identitas sendiri dan mudah dikenal masyarakat luas pasti membutuhkan sebuah konsep dan strategi untuk menciptakan sebuah logo.

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian dilapangan. Sumber data yang digunakan adalah informan dan dokumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi. Teknik analisis data menggunakan analisis data *flow chart*.

**Kata Kunci:** Desain, Logo, Prinsip Desain

#### A. PENDAHULUAN

Era teknologi dan persaingan sebuah industry maupun organisasi, perusahaan harus mempunyai identitas sendiri agar mereka menjadi lebih mudah diingat, bias dikenal karena identitasnya, dan mencegah pembajakan produk. Salah satu yang harus dilakukan suatu perusahaan adalah membuat atau adanya logo dari perusahaan itu sendiri. Logo seakan menjadi suatu kebutuhan pokok di suatu perusahaan.

Secara visualisasi, logo adalah suatu gambar. Gambar itu bisa berupa berbagai

unsur bentuk dan warna serta tipografi. Di dalam desain logo terdapat juga prinsip desain. Oleh karena sifat dari apa yang diwakili oleh logo berbeda satu sama lain, maka sebaiknya logo itu memiliki bentuk yang berbeda pula antar suatu perusahaan. PT RajaGrafindo Persada sebagai salah satu perusahaan penerbit buku perguruan tinggi yang berada di Depok, Jawa Barat juga mempunyai logo untuk perusahaan sebagai identitas dan logo tersebut juga mempunyai arti sendiri bagi perusahaan.

Untuk mempunyai identitas sendiri dan mudah dikenal masyarakat luas pasti membutuhkan sebuah konsep dan strategi untuk menciptakan sebuah logo.

Suatu logo diperoleh maknanya dari suatu kualitas yang disimbolkan. Apa yang diartikan atau dimaksudkan adalah lebih penting daripada seperti apa rupanya. Logo yang ideal, secara keseluruhan merupakan suatu instrumen rasa harga diri dan nilai-nilai yang mampu mewujudkan citra positif perusahaan. Pada akhirnya adalah refleksi citra bisnis perusahaan, institusi, instansi dan sebagainya yang disimbolisasikan serta di representasikan secara utuh dan total, bahwa logo tersebut mengandung arti atau makna.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana prinsip dan unsur desain serta makna pada logo PT RajaGrafindo Persada?
2. Bagaimana pengaruh logo PT RajaGrafindo Persada terhadap konsumen?

### **C. Pemecahan Masalah**

Pemecahan masalah untuk studi prinsip desain pada logo PT RajaGrafindo Persada adalah penulis akan menjabarkan tentang pengertian desain, yang dimaksud desain dalam karya tulis ini adalah desain komunikasi visual dan pengertian logo. Sesudah itu akan dijabarkan tentang prinsip desain dan pengertiannya serta

makna yang terdapat pada setiap prinsip desain tersebut. Penulis juga akan menjelaskan pengaruh logo terhadap konsumen.

### **D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

1. Untuk mengetahui prinsip dan unsur desain serta makna pada logo PT RajaGrafindo Persada.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh logo PT RajaGrafindo Persada terhadap konsumen.

### **E. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Kriteria data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti atau data yang sebenarnya terjadi sebagaimana adanya, bukan data yang sekedar yang terlihat, terucap, tetapi data yang mengandung makna dibalik yang terlihat dan terucap tersebut. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian dilapangan.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

## **F. Hasil Penelitian**

### **1. Telaah Tentang Desain Pada Logo PT RajaGrafindo Persada**

PT RajaGrafindo Persada berdiri pada tahun 1982, dengan nama awal CV Rajawali. Sejak tahun 1992 penerbit CV Rajawali tersebut meningkat statusnya menjadi PT RajaGrafindo Persada sehingga menjadi perusahaan yang dijalankan dengan manajemen profesional. Para pemegang saham PT RajaGrafindo

Persada adalah pemegang saham perorangan terdiri dari lima pemegang saham. Salah satu pemegang saham perusahaan adalah Bapak Jubaedi yang saat ini menjabat sebagai komisaris perusahaan.

Pada awalnya perusahaan berkantor pusat di Jalan Janur Kuning No. 6, Kelapa Gading, Jakarta Utara. Pada tahun 2012 kantor pusat perusahaan berpindah dan menetap di Jalan Leuwinanggung No. 112, Kecamatan Tapos, Kota Depok, Jawa Barat. Perusahaan ini dikenal di perguruan tinggi Jakarta dengan nama Rajawali Pers. Rajawali Pers merupakan salah satu nama dari divisi pada perusahaan, yaitu divisi yang menerbitkan buku-buku perguruan tinggi.

PT RajaGrafindo Persada dipimpin direktur utama yaitu Hj. Magdalena di bawah pimpinan utama/komisaris yaitu Bapak Jubaedi. Sesuai dengan misi

perusahaan, yaitu “menyediakan buku - buku perguruan tinggi dan pilihan yang berkualitas untuk dapat memenuhi kebutuhan pembacanya di seluruh Indonesia” perusahaan ini membuka kantor perwakilan yang tersebar di Indonesia untuk memudahkan para konsumen mendapatkan produk dari perusahaan. Selain itu kantor perwakilan juga bertujuan menjalin kemitraan yang kuat dengan distributor. Kantor perwakilan PT RajaGrafindo Persada antara lain adalah Medan, Pekanbaru, Palembang, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, Banjarmasin, dan Makassar. Dengan strategi pemasaran seperti itu diharapkan dapat mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhannya akan produk - produk perusahaan.

#### **a. Dasar Bentuk Logo**

Bentuk logo yang tersusun dari enam garis lengkung berwarna coklat mempunyai makna lembaran halaman buku yang sedang dibuka, bisa berarti juga sayap burung yang sedang terbang. Dalam bentuk tersebut terdapat enam garis warna coklat yang melambangkan buku (produk perusahaan), serta mewakili seluruh divisi/produk buku yang terdiri dari enam produk. Garis berbentuk lengkung yang terdapat pada logo termasuk dalam jenis garis lengkung S, garis ini sering disebut “Line of Beauty” merupakan garis terindah dari semua bentuk garis. Garis lengkung S memberi karakter indah, dinamis, luwes.

Melambangkan keindahan, kedinamisan, keluwesan. Bentuk menyerupai sayap

burung yang sedang terbang, melambangkan bahwa perusahaan ini ingin produknya dapat terbang tinggi/terkenal namanya dan tersebar luas ke seluruh Indonesia. Selain itu juga mempunyai makna lain, yaitu dalam menuntut ilmu bisa kemanapun, seperti burung rajawali yang terbang bebas dalam mencari mangsa. Hal tersebut dapat diketahui dari nama-nama divisi/produk perusahaan yang masing-masing mengambil dari nama jenis burung serta adanya kantor cabang beberapa pulau di Indonesia.

Bentuk setengah lingkaran merah atau garis lengkung mengapung, Garis ini memberi karakter ringan, dinamis, kuat. Melambangkan kemegahan, kekuatan,

kedinamisan, melambangkan bahwa seluruh divisi tersebut berada di dalam satu kesatuan kekuatan perusahaan, yaitu PT RajaGrafindo persada.

Garis horizontal berwarna coklat yang diletakkan dibawah melambangkan tanah. Garis horizontal memberi karakter tenang, damai, pasif, kaku. Melambangkan ketenangan, kedamaian, kemantaban.

Secara keseluruhan logo tersebut sudah mampu mewakili perusahaan. Arti keseluruhan logo adalah bahwa perusahaan tersebut mempunyai enam divisi/produk dalam perusahaan. Produk perusahaan adalah buku, terdapat pada garis lengkung S yang berulang berbentuk menyerupai lembaran halaman buku yang sedang

dibuka. Semua divisi berada dalam satu perusahaan atau satu kantor yang sama dan mempunyai harapan agar produk perusahaan dapat melambung tinggi/terbang tinggi dan dikenal masyarakat luas dengan adanya lambang sayap burung yang sedang terbang. Harapan tersebut terbukti adanya kantor cabang di beberapa pulau di Indonesia, sesuai dengan misi perusahaan.

## 2. Huruf

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii  
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr  
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz*

*RajaGrafindo Persada*

Gambar 1: Jenis Font pada Logo PT RajaGrafindo Persada

Pemilihan huruf sangat penting dalam sebuah desain, karena kurangnya perhatian dalam menentukan jenis huruf yang akan dipakai dalam desain dapat memengaruhi desain yang indah dan menjadi tidak komunikatif. Huruf yang dipakai pada tulisan RajaGrafindo Persada pada logo ini menggunakan jenis font Minion Semibold Italic yang termasuk dalam jenis Serif. Jenis huruf ini memberi kesan klasik, resmi, dan elegan pada sebuah karya desain dan memiliki kemudahan baca yang cukup tinggi pada skala kecil karena memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya.

### 3. Warna

Warna yang digunakan pada logo tersebut adalah warna coklat dan merah. Warna coklat melambangkan tanah, bumi, netral, hangat, perlindungan, tenang, kedalaman, organisme, alamiah, kekayaan, stabilitas, tradisi, bumi, oktober, capricornus, scorpio, (coklat merah), keutuhan, kemantapan, kesederhanaan, persahabatan, dapat diandalkan. Dapat juga melambangkan tumpul, kotor, bosan, tak sesuai zaman, kekerasan, kebodohan, berat, kemiskinan (dari sisi negatifnya).

Warna merah melambangkan kekuatan, energi, kehangatan, cinta, persahabatan, api, kegairahan, kecepatan, kepemimpinan, kepriaan, darah, sosialisme, musim panas, musim gugur, berhenti, hormat, mars(planet). Tetapi juga dapat berarti nafsu, agresi, kesombongan, ambisi, peperangan, kemarahan, revolusi, radikalisme, sosialisme, komunisme (dari sisi negatifnya).

Arti warna yang sesuai untuk perusahaan adalah warna coklat melambangkan keutuhan, kemantapan, persahabatan, dan dapat diandalkan. Makna tersebut didapat dari keutuhan perusahaan yang terdiri dari enam divisi, kemantapan dilihat dari perusahaan bergerak dibidang penerbitan buku, persahabatan dan dapat diandalkan didapat dari beberapa cabang perusahaan yang tersebar di Indonesia untuk mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhannya akan produk-produk perusahaan.

Sedangkan arti warna merah pada logo melambangkan kekuatan, energi, cinta, persahabatan, kecepatan, kepemimpinan. Kekuatan dalam perusahaan dilihat dari susunan struktur perusahaan. Energi, cinta, persahabatan, dan kecepatan dapat dilihat dari strategi perusahaan dalam memasarkan produknya, Kepemimpinan dapat dilihat dari misi perusahaan yang ingin memimpin pasar dengan beberapa kantor cabang dan jenis divisi perusahaan.

### 4. Kriteria Logo

<i>Kriteria</i>	
<i>Original &amp; Desctinctive</i>	✓
<i>Legible</i>	✓
<i>Simple</i>	✓
<i>Memorable</i>	✓
<i>Easily associated with the company</i>	✓
<i>Easily adaptable for all graphic media</i>	✓

Berdasarkan keterangan diatas dengan menggunakan pertimbangan teori logo yang baik menurut David E. Carter menunjukkan bahwa logo PT RajaGrafindo Persada merupakan logo yang baik. Karena memiliki kriteria Original and Destictive (memiliki kekhasan dan keunikan pada bentuk logo sehingga bisa menjadi daya pembeda yang jelas). Kriteria Legible (memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan

media yang berbeda-beda, terlihat pada huruf yang di pakai klasifikasi huruf serif yang mempunyai kaki-kaki yang berfungsi untuk memudahkan membaca walaupun teks berukuran kecil). Kriteria Simple atau sederhana dan Memorable juga terdapat pada bentuk logo yang menyerupai sayap burung terbang atau buku yang sedang dibuka. Kriteria Easily associated with the company (logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi terdapat pada arti keseluruhan logo yang sudah dijelaskan, dan logo ini mewakili perusahaan tersebut). Kriteria Easily adaptable for all graphic media terlihat pada produk perusahaan, logo perusahaan ini di cantumkan pada bagian belakang setiap produk yang diterbitkan (belakang sampul buku), selain itu logo juga dicantumkan pada website perusahaan, yaitu rajagrafindo.co.id, kop surat, surat, dan katalog produk perusahaan.

## **G. Deskripsi Prinsip Desain Pada Logo PT RajaGrafindo Persada**

### **1. Fungsi Logo PT RajaGrafindo Persada**

Fungsi dari logo PT RajaGrafindo Persada seperti yang dikemukakan Rustan (2013) adalah sebagai identitas diri (untuk membedakannya dengan identitas milik orang lain), tanda kepemilikan (untuk membedakan miliknya dengan milik

perusahaan lain), tanda jaminan kualitas, dan mencegah peniruan/pembajakan.

- a. Sebagai identitas diri (untuk membedakannya dengan identitas milik perusahaan lain).

Logo PT RajaGrafindo Persada sudah menjadi identitas pembeda antara produk perusahaan penerbit sejenis. Dengan adanya logo perusahaan disetiap produknya, konsumen bisa mengetahui produk perusahaan. Berikut ciri perbedaan logo PT RajaGrafindo Persada dengan logo perusahaan penerbit lain.

- b. Tanda kepemilikan (Untuk membedakan miliknya dengan milik orang lain).

PT RajaGrafindo Persada sebagai salah satu perusahaan penerbit buku mempunyai logo untuk perusahaan sebagai identitas dan logo tersebut juga mempunyai arti sendiri bagi perusahaan. Untuk mempunyai identitas sendiri dan mudah dikenal masyarakat luas pasti membutuhkan sebuah konsep dan strategi untuk menciptakan sebuah logo.

Sesuai dengan misi perusahaan misi perusahaan yaitu menyediakan buku-buku perguruan tinggi dan pilihan yang berkualitas untuk dapat memenuhi kebutuhan pembacanya di seluruh Indonesia. Maka dibuatlah logo yang mampu menggambarkan perusahaan tersebut.

Dengan adanya elemen gambar berbentuk menyerupai sayap burung rajawali yang sedang terbang atau lembar

halaman buku yang sedang dibuka pada logo, maka secara visual logo tersebut memberikan identitas kepada perusahaan, mengingat adanya keterkaitan antara logo dengan perusahaan.

c. Tanda jaminan kualitas.

Logo tersebut memberikan tanda jaminan kualitas pada produk perusahaan. Kualitas dalam arti kepercayaan dan isi pada produk (buku) tidak sembarangan. Karena adanya logo yang tercantum pada produk, dan logo tersebut memengaruhi konsumen untuk membeli produk. Jika kualitas tidak baik, maka kepercayaan konsumen terhadap perusahaan juga akan menurun.

d. Mencegah peniruan/pembajakan.

Logo tersebut sudah diaplikasikan ke berbagai media, baik media cetak dan elektronik, seperti kop surat, amplop, katalog perusahaan, produk perusahaan, dan website perusahaan. Dengan adanya media tersebut maka secara tidak langsung mencegah pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab melakukan peniruan ataupun pemalsuan dengan mengatasnamakan PT Raja Grafindo Persada.

## H. Analisis Desain Logo PT RajaGrafindo Persada

Adapun bentuk dan cara pengklasifikasian logo menurut Rustan (2013) adalah sebagai berikut:

1. Dari segi konstruksinya, logo pada umumnya dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- a. *Picture mark* dan *letter mark* (elemen gambar dan tulisan saling terpisah).
- b. *Picture mark* sekaligus *letter mark* (bisa disebut gambar, bisa juga disebut tulisan/saling berbaur).
- c. *Letter mark saja* (elemen tulisan saja).

Berdasarkan dari penjelasan diatas, maka logo tersebut masuk kedalam jenis klasifikasi *picture mark* dan *letter mark*.



Gambar 2. Klasifikasi logo PT RajaGrafindo Persada (Sumber data diolah peneliti)

2. Dari karakteristik bentuk

Karakteristik bentuk dari logo terdapat tiga macam, yaitu lingkaran, segi empat, dan segitiga. Masing-masing karakter mempunyai sifat yang terkandung didalamnya. Karakteristik bentuk keseluruhan dari logo tersebut adalah segitiga dan di bagian tengah logo terdapat bentuk lingkaran.

Keseluruhan logo membentuk segitiga terlihat pada enam buah garis lengkung yang semakin keatas semakin meruncing. Karakteristik bentuk ini mempunyai sifat stabil, diam, kokoh, teguh, rasional, megah, tritunggal, api, kekuatan, gunung, harapan, terarah, progres, bernilai, suci, sukses, sejahtera, keamanan.

Sedangkan bentuk dasar lingkaran terdapat pada bagian tengah logo dan berwarna merah. Bentuk lingkaran mempunyai sifat dinamis, bergerak, kecepatan, berulang, terputus, tak berawal dan berakhir, abadi, kualitas, dapat diandalkan, sempurna, matahari, kehidupan, semesta.

### I. Prinsip Desain Logo PT RajaGrafindo Persada

Prinsip desain yang akan dibahas dalam bab ini adalah prinsip/komposisi desain yang terdapat di dalam logo tersebut, yaitu tentang kesatuan, keseimbangan, irama, kontras, fokus, dan proporsi. Sumber yang akan digunakan berdasarkan prinsip desain dari Anggraini (2014), Kusrianto (2007), dan Sanyoto (2005).

No.	Prinsip Desain	Penjelasan logo PT RajaGrafindo Persada
1.	Kesatuan	Prinsip kesatuan dibentuk dengan keselarasan bentuk dan makna dari logo tersebut. Bentuk lembaran halaman buku yang sedang dibuka melambangkan bahwa perusahaan tersebut bergerak dalam bidang penerbit buku, bisa juga diartikan kepakan sayap burung rajawali yang sedang terbang. Mempunyai makna melambangkan seluruh nama dari enam produk perusahaan adalah salah satu dari nama hewan burung. Jadi, logo tersebut memiliki kesatuan makna untuk mewakili perusahaan.

2.	Keseimbangan	Prinsip keseimbangan terlihat dengan adanya enam buah garis lengkung S, tiga garis terdapat pada sisi kanan, tiga garis terdapat pada sisi kiri yang pusatnya terletak di dalam garis lengkung berwarna merah. Jadi logo tersebut terkesan seimbang dan tidak berat sebelah. Keseimbangan pada logo ini disebut dengan keseimbangan simetris.
3.	Irama	 <p>Prinsip irama terlihat dengan adanya enam buah garis lengkung yang berbentuk menyerupai sayap burung yang sedang terbang atau lembaran halaman buku yang sedang dibuka. Terjadi pengulangan yang teratur pada garis tersebut. Pengulangan semakin keatas, semakin mengecil ukurannya.</p>

4.	Kontras	Prinsip kontras terlihat dengan adanya garis lengkung kubah berwarna merah dengan garis lengkung berwarna coklat. Garis tersebut bertujuan untuk menarik perhatian dan menghindari kesan monoton pada logo. Diantara enam garis lengkung yang berwarna coklat dan garis horizontal pada bagian bawah terdapat garis lengkung kubah berwarna merah. Bentuk garis tersebut juga bertujuan menjadi daya tarik/pusat perhatian pada logo. Adanya kontras warna antara coklat dengan merah, dan perbedaan ukuran antara ke enam garis lengkung berwarna coklat.
5.	Fokus	 <p>Prinsip fokus terlihat dengan adanya enam buah garis lengkung yang berbentuk menyerupai sayap burung yang sedang terbang atau lembaran halaman buku yang sedang dibuka. Dimana garis tersebut memiliki bentuk yang berbeda dengan unsur lainnya, selain itu memiliki jumlah paling banyak dan berkesan tiga dimensi karena memiliki tekstur semu.</p>

6.	Proporsi	 <p>Prinsip proporsi difokuskan pada enam buah garis lengkung lengkung yang terlihat lebih dominan dari lainnya, memiliki ukuran yang lebih besar, warna yang berbeda. Dengan ukuran dan warna yang berbeda, logo tersebut memiliki kesan harmonis.</p>
----	----------	--

Tabel 1. Prinsip Desain Logo PT RajaGrafindo Persada.

#### J. Unsur Rupa pada Desain Logo PT RajaGrafindo Persada

Sebuah desain atau organisasi elemen terbentuk atas dasar prinsip-prinsip. Nirmana atau desain awal juga merupakan suatu bentuk organisasi yang menggunakan beberapa prinsip.

Untuk mewujudkan suatu tampilan visual, ada beberapa unsur yang diperlukan, diantaranya adalah:

##### 1. Titik

Titik merupakan salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil. Titik cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok, dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu (Kusrianto, 2007: 30).

Pada logo PT RajaGrafindo Persada terdapat unsur titik. Karena titik akan membentuk garis dan garis akan membentuk suatu bidang dan bentuk.

##### 2. Garis

Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek, sehingga garis dikenal sebagai suatu goresan atau coretan, juga menjadi batas suatu bidang atau warna. Garis dapat berupa bentuk lurus, lengkung, gelombang, dan zig zag (Kusrianto, 2007: 30).

Unsur garis yang terdapat pada logo tersebut adalah garis lengkung dan horisontal. Keseluruhan unsur pada logo ini menggunakan garis, garis lengkung kubah berwarna merah, garis lengkung S berwarna coklat membentuk menyerupai sayap burung yang sedang terbang atau lembaran halaman buku yang sedang dibuka, dan garis horizontal berwarna coklat pada bagian bawah garis lengkung kubah.

Gambar 3. Unsur garis pada logo PT RajaGrafindo Persada (Sumber data diolah peneliti)

### 3. Bidang

Unsur bidang non geometri ada pada logo tersebut, terlihat pada bentuk buku atau sayap burung yang sedang terbang dan pada tipografi. Unsur bidang geometri terdapat pada bentuk setengah lingkaran yang berwarna merah dan pada dua garis horisontal yang berwarna coklat.



Gambar 4. Unsur bidang pada logo PT RajaGrafindo Persada (Sumber data diolah peneliti)

Pada logo apapun, semua dibentuk dari *basic shapes / primitive shapes* atau bentuk-bentuk dasar (*basic shapes* sendiri dibentuk dari poin dan garis). Kemudian beberapa *basic shapes* apabila saling bergabung dapat membentuk dua jenis objek yang lebih kompleks yang dikenal dengan gambar dan huruf (pada logo disebut *picture mark* dan *letter mark*).

Bentuk dasar ada 3 macam, yaitu lingkaran, persegi dan segitiga. Pada logo tersebut terdapat dua bentuk dasar. Bentuk dasar lingkaran terdapat pada garis lengkung berwarna merah, sedangkan bentuk dasar lingkaran terdapat pada bentuk keseluruhan logo. Bentuk segitiga pada keseluruhan logo terlihat pada garis

lengkung berwarna coklat yang mempunyai bentuk kerucut yaitu semakin keatas, ukuran semakin mengecil dan membentuk kesalah bentuk segitiga pada logo.

### 4. Ruang

Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi menjadi dua, yaitu ruang nyata dan ruang semu. Keberadaan ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya

tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti (Kusrianto, 2007: 30).

Unsur ruang semu terdapat pada logo tersebut, yaitu pada garis lengkung S berwarna coklat yang membentuk bentuk buku atau sayap burung yang sedang terbang. Perulangan garis yang semakin ke atas semakin mengecil terkesan logo tersebut mempunyai kedalaman ruang yang terlihat oleh mata. Perulangan/irama pada garis lengkung S yang terdapat pada

### 5. Warna

Warna merupakan unsur penting dalam objek desain. Dengan warna kita dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan. Baik dalam menyampaikan pesan atau membedakan sifat secara jelas. Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan minat, menggambarkan citra sebuah perusahaan.

Dalam penggunaannya kita perlu memperhatikan kesan apa yang ingin kita bangun dalam desain tersebut (Anggraini, 2014: 37).

Logo PT RajaGrafindo Persada memiliki 2 warna, yaitu merah dan coklat. Warna tersebut diperoleh menggunakan *selective color* pada *software CoreDRAW X6*.



Gambar 5. Unsur warna pada logo PT RajaGrafindo Persada (Sumber data diolah peneliti)

Warna coklat melambangkan keutuhan, kemantaban, persahabatan, dan dapat diandalkan. Makna tersebut didapat dari keutuhan perusahaan yang terdiri dari enam divisi, kemantaban dilihat dari perusahaan bergerak dibidang penerbitan buku, persahabatan dan dapat diandalkan didapat dari beberapa cabang perusahaan yang tersebar di Indonesia untuk mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhannya akan produk-produk perusahaan. Sedangkan arti warna merah pada logo melambangkan kekuatan, energi, cinta, persahabatan, kecepatan, kepemimpinan. Kekuatan dalam perusahaan dilihat dari susunan struktur perusahaan. Energi, cinta, persahabatan, dan kecepatan dapat dilihat dari strategi perusahaan dalam memasarkan produknya, Kepemimpinan dapat dilihat dari misi perusahaan yang ingin memimpin pasar dengan beberapa kantor cabang dan jenis divisi perusahaan.

### 6. Tekstur

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik, tekstur dibagi menjadi tekstur kasar dan halus dengan kesan pantul mengkilat dan kusam.

Ditinjau dari efek tampilannya, tekstur dibagi menjadi tekstur nyata dan tekstur semu. Disebut tekstur nyata karena ada hasil sama antara penglihatan dengan hasil raba. Tekstur semu karena terjadi

perbedaan antara penglihatan dan hasil raba. Dalam penerapannya, tekstur dapat berpengaruh terhadap unsur visual lainnya, yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang, serta intensitas warna (Kusrianto, 2007: 48).

Pada logo tersebut terdapat tekstur semu, yaitu adanya perbedaan antara penglihatan dan hasil raba. Unsur tersebut terdapat pada garis lengkung kubah berwarna merah dan garis lengkung S berwarna coklat yang membentuk bentuk buku atau sayap burung yang sedang terbang. Selain itu tekstur semakin terlihat dari adanya efek yang terdapat pada elemen grafis pada logo, kesan tekstur terlihat bahwa logo terkesan muncul keluar dan menghasilkan unsur tekstur semu.



Gambar 6 Unsur tekstur pada logo PT RajaGrafindo Persada (Sumber data diolah peneliti)

#### **K. Pengaruh Logo PT RajaGrafindo Persada Terhadap Konsumen**

Pengaruh antara logo dan nama merek dengan respon konsumen terhadapnya adalah citra merek (brand image). Shimp (2003) menjelaskan bahwa citra merek dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul ketika konsumen diminta untuk menyebutkan suatu merek tertentu. Citra merek terbentuk dari representasi dari seluruh persepsi konsumen terhadap

merek, baik dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Hubungan konsumen terhadap suatu merek akan menjadi kuat apabila didasarkan pada pengalaman dan informasi yang didapatkan. Sehingga, konsumen yang memiliki citra positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan dalam melakukan pembelian (Setiadi, 2003: 180). Menurut Glenn Walters (1974), faktor lingkungan dan personal dapat menjadi awal terbentuknya citra merek, karena faktor tersebut dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Faktor lingkungan yang dapat mempengaruhi adalah atribut-atribut yang ada pada suatu produk yang dibuat oleh produsen. Sedangkan faktor personal yang dapat mempengaruhi adalah pengalaman yang didapatkan konsumen, suasana hati konsumen, kebutuhan serta motivasi konsumen.

Menurut Timmerman dalam Noble (1999), faktor dalam membentuk citra merek terdiri dari dua faktor, yaitu faktor fisik dan faktor psikologis. Faktor fisik berupa karakteristik yang ada pada merek, misalnya desain kemasan, desain logo, nama merek, fungsi dan kegunaan dari produk. Faktor psikologis berupa emosi, kepercayaan, nilai, kepribadian yang dianggap konsumen dapat menggambarkan produk dari merek tersebut.

Logo dalam PT RajaGrafindo Persada berfungsi sebagai identitas, logo perusahaan selalu disertakan dalam setiap produk. Selain itu logo juga dicantumkan

dalam kop surat resmi, amplop, katalog, dan website perusahaan.

Logo PT RajaGrafindo Persada dapat mempengaruhi konsumen yang melihatnya bahwa logo tersebut mempunyai karakteristik sendiri dan berbeda dengan perusahaan penerbit sejenis. Konsumen melihat logo secara keseluruhan merupakan bentuk dari sayap burung yang sedang terbang atau lembaran halaman buku yang sedang dibuka, sehingga konsumen/masyarakat bisa mengenali jika itu adalah logo PT RajaGrafindo Persada.

## L. Simpulan

Berdasarkan pembahasan dari bab-bab sebelumnya dan mengacu pada rumusan masalah, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:



Gambar 7. Logo PT RajaGrafindo Persada

### 1. Picture Mark

Dalam picture mark logo PT RajaGrafindo Persada terlihat unsur-unsur yang membentuk picture mark tersebut. Dilihat dari bentuk keseluruhan dari picture mark logo tersebut terbentuk dari tampilan buku yang sedang dibuka dan kepakannya sayap burung rajawali yang sedang terbang. Bentuk tersebut menggambarkan perusahaan yang bergerak di bidang penerbit buku. Selain

itu jumlah garis yang membentuk buku yang terbuka dan sayap burung yang sedang tersebut juga menunjukkan jumlah divisi/produk perusahaan dan memiliki arti seperti burung rajawali yang terbang bebas mencari mangsa, bahwa menuntut ilmu bisa sampai mana saja. Maka picture mark tersebut sudah mewakili isi dari perusahaan dan menjadi sebuah kesatuan kemudian divisualisasikan menjadi sebuah logo dalam perusahaan. Dalam picture mark pada logo terbentuk secara simetris dan membentuk ruang semu. Unsur tekstur semu juga terdapat pada picture mark.

### 2. Tipografi

Pada tulisan “PT RajaGrafindo Persada” menggunakan jenis huruf *Minion Medium Italic* yang termasuk dalam jenis *Serif*. Jenis huruf ini memberi kesan klasik, resmi, dan elegan pada sebuah karya desain. Dari segi *legibility* dan *readability* tulisan “PT RajaGrafindo Persada” memiliki kemudahan baca yang cukup tinggi. Karena pasar utamanya produk perusahaan ini adalah umum dan perguruan tinggi maka jenis huruf tersebut dipilih dalam logo karena karakternya memberi kesan resmi dan elegan selain itu huruf masih bisa terbaca jika tercetak dalam ukuran kecil, seperti pada bagian belakang buku.

### 3. Warna

Warna yang digunakan pada logo PT RajaGrafindo Persada adalah merah dan coklat. Warna yang digunakan pada logo

ini adalah warna coklat dan merah. Warna coklat melambangkan tanah, bumi, netral, hangat, perlindungan, tenang, kedalaman, organisme, alamiah, kekayaan, stabilitas, tradisi, bumi, oktober, capricornus, scorpio, (coklat merah), keutuhan, kemantapan, kesederhanaan, persahabatan, dapat diandalkan. Dapat juga melambangkan tumpul, kotor, bosan, tak sesuai zaman, kekerasan, kebodohan, berat, kemiskinan (dari sisi negatifnya).

Warna merah melambangkan kekuatan, energi, kehangatan, cinta, persahabatan, api, kegairahan, kecepatan, kepemimpinan, kepriaan, darah, sosialisme, musim panas, musim gugur, berhenti, hormat, mars(planet). Tetapi juga dapat berarti nafsu, agresi, kesombongan, ambisi, peperangan, kemarahan, revolusi, radikalisme, sosialisme, komunisme (dari sisi negatifnya).

#### 4. Kesimpulan Logo PT RajaGrafindo Persada

Logo bukan hanya sebuah simbol, pembeda, berbentuk menarik, mempunyai warna yang menarik atau sekedar mengikuti zaman. Karena logo adalah perwakilan dari sebuah perusahaan/institusi. Logo adalah perwakilan pencitraan perusahaan secara keseluruhan sehingga tidak bisa dirancang secara sembarangan. Untuk menghasilkan sebuah logo memerlukan beberapa tahap yang sudah dijelaskan pada bab dua dan mempertimbangkan banyak hal seperti

misi perusahaan, sejarah perusahaan, keinginan pemilik perusahaan, jenis perusahaan, produk perusahaan, dan kompetitor.

Dalam perancangan logo PT RajaGrafindo Persada ini hal-hal tersebut sudah dilakukan oleh perancang logo. Dimulai dari misi perusahaan, jenis perusahaan, produk perusahaan, keinginan pemilik perusahaan, kompetitor dari perusahaan dan kecintaan pemilik dengan binatang burung sudah bisa dilihat dari seluruh nama divisi/produknya merupakan jenis burung. Bentuk pada *picture mark* telah mewakili dari pertimbangan tersebut, yaitu jumlah dan nama divisi, produk perusahaan, keinginan dan kecintaan pemilik perusahaan.

Nama “RajaGrafindo” diambil dari salah satu nama burung, yaitu burung rajawali yang mempunyai filosofi bahwa usahanya atau bisnisnya di harapkan dapat melesat tinggi seperti rajawali serta memiliki visi jauh ke depan. Seperti pada produk unggulannya yaitu “Rajawali Pers” yang merupakan buku perguruan tinggi. Produk inilah yang paling dikenal masyarakat Jakarta, terutama mahasiswa dan dosen. Tidak hanya di Jakarta, produk perusahaan tersebut juga tersebar diseluruh Indonesia.

*Picture mark* dan *letter mark* pada logo tersebut sudah mewakili seluruh isi dari perusahaan. Dari segi tingkat keterbacaan, logo tersebut memiliki

*legibility* dan *readability* yang bagus, karena menggunakan jenis font serif yang memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi walaupun dicetak dalam ukuran kecil.

#### **M. Saran**

Saran yang diberikan pada desainer terutama dalam merancang sebuah logo bahwa merancang sebuah logo untuk perusahaan/instansi bukanlah pekerjaan yang mudah, harus memperhatikan beberapa pertimbangan-pertimbangan dan konsep yang sesuai dengan perusahaan/instansi karena logo mempunyai filosofi dan citra dari suatu perusahaan/instansi. Logo juga bisa mempengaruhi berhasil tidaknya sebuah produk. Oleh karena itu riset dan analisa sangat diperlukan sebelum membuat sebuah logo.

Logo PT RajaGrafindo Persada belum didaftarkan ke Dirjen HKI. Dalam membuat suatu logo sebaiknya logo tersebut di daftarkan ke Dirjen HKI agar mempunyai hak cipta, hal ini berguna untuk melindungi logo dari peniruan/pembajakan. Proses registrasi sebaiknya dimulai dari sejak pengajuan nama merek.

#### **N. Daftar Pustaka**

Hendratman, Hendi. 2014, Computer Graphic Design, Bandung: Informatika.

Kusrianto, Adi. 2007, Pengantar Desain Komunikasi Visual, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Nathalia, Kirana, Lia Anggraini S. 2014, DESAIN KOMUNIKASI VISUAL: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula, Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.

Nugroho, Eko. 2008, Pengenalan Teori Warna. Yogyakarta: Penerbit Andi

Rustan, Suriyanto. 2013, Mendesain Logo, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2005, Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain (Nirmana), Yogyakarta: CV. Arti Bumi Intaran.

Sugiyono. 2014, Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: CV. Alfabeta.

Sutopo, H.B. 2002, Metode Penelitian Kualitatif: Dasar teori dan terapannya dalam penelitian, Surakarta: Sebelas Maret University Press.

Tamara, Priscila, Bambang Irawan. 2013, Dasar-Dasar Desain, Depok: Griya Kreasi.

#### **Sumber Lain:**

Internet

[digilib.unila.ac.id/754/](http://digilib.unila.ac.id/754/)

[psikologi.ub.ac.id/2013/10/jurnal8](http://psikologi.ub.ac.id/2013/10/jurnal8)

[sangdes.blogspot.co.id/2015/02/tinjauan-umum-tentang-logo.html?m=1](http://sangdes.blogspot.co.id/2015/02/tinjauan-umum-tentang-logo.html?m=1)

[www.academia.edu/3535764/Pengaruh\\_perubahan\\_Logo\\_Baru\\_Terhadap\\_Citra\\_Perusahaan](http://www.academia.edu/3535764/Pengaruh_perubahan_Logo_Baru_Terhadap_Citra_Perusahaan)

[www2.dgip.go.id/merek/klasifikasi-gambar-logo-etiket](http://www2.dgip.go.id/merek/klasifikasi-gambar-logo-etiket)

#### **Nara Sumber**

1. Embun Tiur Tantra (Manager Produksi PT RajaGrafindo Persada)  
Usia: 46 tahun  
Alamat: Perum 2 Rawamangun, Blok B, No 46, Rawamangun, Jakarta Timur
2. Ayu Anita Sari Waluyo (Staf Produksi PT RajaGrafindo Persada)  
Usia: 26 Tahun  
Alamat: Griya Rawa Indah, Blok K No.2, Rawasari, Jakarta Timur

3. Dahlia (Staf Produksi PT RajaGrafindo Persada)  
Usia: 35 Tahun  
Alamat: Griya Bekasi Indah, Blok C  
No. 28, Bekasi, Jawa Barat
4. Henny Wuryansari ( SPV. Promosi PT RajaGrafindo Persada)  
Usia: 40 Tahun  
Alamat: Griya Rawa Indah, Blok B  
No.16, Rawasari, Jakarta Timur