

Pengaplikasian Golden Ratio Pada Perancangan Logo Dalam Perspektif Desain Komunikasi Visual

Yosef Yulius¹⁾

¹⁾Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Indo Global Mandiri
Jl. Jend. Sudirman No. 629 KM.4 Palembang Kode Pos 30129
Email : yosef_dkv@uigm.ac.id¹⁾

Abstract

In the scientific field of visual communication design, the logo is one of the most frequently made designs and has a good market share. Along with the times, designing a logo work has undergone various forms and forms of transitions. The design process has also undergone innovation from various aspects ranging from concepts to the final results. The amount of market demand for a good logo makes the logo designers try to maximize the logo making process to match the expected results. One form of the logo-making process is by applying the golden ratio as a benchmark in determining the proportion and order of a harmonious and regular form to produce an aesthetic visual form. Understanding of the golden ratio is needed as a guide for graphic designers to be able to create a design work that has a basis for structured patterns and arrangements.

Keywords : *Logo, Graphic Design, Visual Communication Design, Golden Ratio, DKV*

Abstrak

Dalam bidang desain komunikasi visual, logo merupakan salah satu karya desain yang paling sering dibuat dan memiliki pangsa pasar yang baik. Seiring dengan perkembangan jaman, perancangan sebuah karya logo telah mengalami berbagai macam transisi bentuk dan rupa. Proses perancangannya pun telah mengalami inovasi dari berbagai aspek mulai dari konsep hingga hasil akhirnya. Banyaknya permintaan pasar akan logo yang baik membuat para perancang logo berusaha memaksimalkan proses pembuatan logo agar sesuai dengan hasil yang diharapkan. Salah satu bentuk proses pembuatan logo adalah dengan cara mengaplikasikan golden ratio sebagai patokan dalam menentukan proporsi dan tatanan bentuk yang harmonis dan teratur untuk menghasilkan bentuk visual yang estetis. Pemahaman akan golden ratio dibutuhkan sebagai panduan para desainer grafis untuk dapat menciptakan suatu karya desain yang memiliki landasan akan pola dan tatanan yang terstruktur.

Kata Kunci : *Logo, Desain Grafis, Desain Komunikasi Visual, Golden Ratio, DKV*

1. Pendahuluan

Dalam kehidupan sehari-hari sering kali kita menemukan banyak karya desain yang terpampang dan terpublikasi di tempat umum sebagai bentuk promosi baik itu komersil maupun non komersil. Bentuk cetak karya desain yang dipublikasikan dimaksudkan untuk menarik perhatian, mengenalkan sesuatu, dan menyampaikan suatu informasi kepada masyarakat, dan pada umumnya setiap media promosi tersebut selalu meletakkan suatu logo didalamnya sebagai suatu identitas dari si pemberi informasi untuk menunjukkan kredibilitas atas informasi yang diberikan.

Seiring dengan pesatnya perkembangan desain di masyarakat, proses penciptaan karya desain pada umumnya dapat dilakukan oleh setiap orang yang memiliki kemampuan teknis dalam desain grafis baik itu yang memiliki latar akademis desain komunikasi visual maupun non akademis. Apapun yang melatarbelakangi peranan suatu perancang dalam merancang karya desain baik itu logo maupun karya desain lainnya, unsur-unsur dan nilai-nilai yang terkandung dalam bidang desain komunikasi visual harus dipahami, sehingga suatu perancangan bisa disampaikan dengan tepat sasaran (Yulius, 2016:43).

Sebagaimana diungkapkan Kusrianto (2007:2) Desain komunikasi visual didefinisikan sebagai berikut "Desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan layout (tata letak/perwajahan). Dengan demikian gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan".

Logo merupakan salah satu bentuk karya desain komunikasi visual yang di dalamnya berisikan gambar atau tanda yang dijadikan identitas untuk mencitrakan suatu karakter seperti lembaga, perusahaan serta organisasi. (Sriwitari dan Widnyana, 2014:97). Logo berasal dari kata Yunani yaitu *logos*, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan dan akal budi (Rustan, 2009:12) Menurut Sriwitari dan Widnyana (2014:98), logo yang baik mencakup beberapa hal seperti :

- a. *Original* dan *Destinctive* (memiliki kekhasan, keunikan dan pembeda yang jelas)
- b. *Legible* (memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi dalam pengaplikasiannya)
- c. *Sederhana* (mudah dimengerti dalam waktu singkat)
- d. *Memorable* (mudah diingat untuk waktu yang lama)
- e. *Easily associated with the company* (mudah terasosiasi dengan jenis usaha/citra suatu bidang usaha)
- f. *Easily adaptable for all graphic media* (mudah diaplikasikan dan diterapkan)

Untuk menjadi suatu logo yang baik sesuai dengan kriteria diatas yang sesuai dengan kaidah desain komunikasi visual, seorang desainer komunikasi visual

hendaknya menggunakan pendekatan dan prinsip estetis agar mampu menghasilkan suatu perancangan yang memiliki kesatuan dan harmonisasi yang lengkap yang biasa disebut *unity*. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam hal tersebut adalah proporsi.

Aspek proporsi merupakan salah satu aspek yang dapat membantu target sasaran dari perancangan kita dalam mengenal bentuk-bentuk visual. Pada umumnya istilah proporsi berkenaan dengan hubungan ukuran antara bagian-bagian suatu bentuk seperti lebar dan tinggi. Komposisi lebar dan tinggi biasanya dibandingkan/dibuat ukuran perbandingan sebagai bahan untuk menentukan proporsi dalam bentuk dua dimensi sehingga terbentuk suatu harmoni. (Safanayong, 2006:38)

Selain menciptakan harmoni, proporsi dapat membantu kita lebih mengerti tempat kita dalam alam semesta terutama dalam merasakan kesan ekspresi keteraturan yang tinggi. Proporsi sendiri dapat membuat suatu bentuk visual menjadi lebih menarik dan dapat meningkatkan fungsi komunikasi dari karya yang dibuat. Dalam membuat suatu perancangan logo yang baik, unsur-unsur dalam perancangan komunikasi komunikasi visual seperti titik, garis, dan bentuk/bidang harus disusun dengan proporsi yang harmonis. Adapun salah satu cara dalam menyusun suatu proporsi yang baik dalam bidang desain komunikasi visual adalah mengacu pada suatu sistem proporsi yang biasa disebut *Golden Section / Golden Ratio*.

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan mencoba untuk menerangkan tentang cara pengimplementasian dari golden ratio terhadap cabang keilmuan desain komunikasi visual yang akan diuraikan terhadap proses perancangan sebuah logo yang diharapkan mampu menjadi suatu acuan dalam membuat perancangan logo yang sesuai dengan kaidah desain komunikasi visual.

A. Rumusan masalah

1. Bagaimana mengimplementasikan *golden ratio* pada suatu karya perancangan logo dengan memperhatikan nilai estetis agar menimbulkan keharmonisan dalam proporsi.
2. Bagaimana mengimplementasikan *golden ratio* secara teknis pada proses perancangan logo dengan memadukan komposisi dari unsur-unsur desain komunikasi visual.

B. Tujuan penelitian

- Penelitian ini dilakukan dengan tujuan :
1. Menjelaskan tentang pentingnya memahami nilai estetis suatu perancangan karya logo melalui pendekatan desain komunikasi visual.
 2. Sebagai acuan bagi para perancang komunikasi visual dalam mengimplementasikan *golden ratio* pada perancangan logo yang dibuat secara sederhana dan mudah dipahami sebagai bentuk pembelajaran.
 3. Menjelaskan secara teknis tentang cara mengimplementasikan *golden ratio* berdasarkan unsur-unsur desain komunikasi visual agar bisa

menghasilkan keharmonisan proporsi dalam karya logo.

Dalam penelitian ini, batasan penelitian akan meliputi seputar pengaplikasian golden ratio pada logo yang bergaya *flat design*, pemilihan logo dengan gaya *flat design* sebagai sampel penelitian dimaksudkan agar uraian penelitian bisa tergambarkan lebih jelas dan lugas sesuai dengan karakteristik gaya desain *flat design*. *Flat design* dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai desain yang datar, yang dimana dalam pengungkapannya pada suatu perancangan, visualisasi yang ditampilkan akan bersifat datar, sederhana, jelas dan teratur namun tidak meninggalkan elemen penting di dalamnya. Gaya desain ini mulai dikenal sejak tahun 2010, dan populer mulai tahun 2013 (Anindita dan Riyanti, 2016:8). Gaya desain ini mendapatkan pengaruh besar dari *Swiss Style Design* atau biasa disebut *International Design* yang diterapkan di negara Swiss.



Gambar 1. Swiss Style Design

Sumber : <http://www.designishistory.com/home/swiss/>
(diakses Agustus 2018)



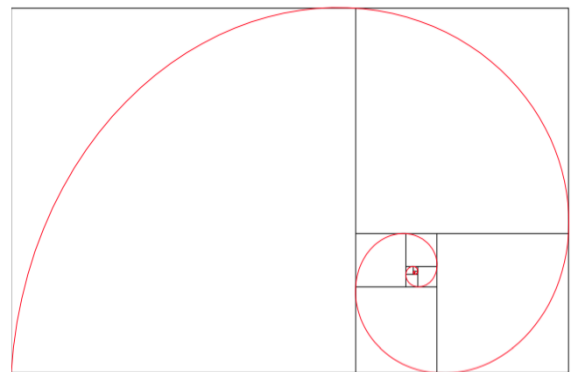
Gambar 2. Contoh Gaya Flat Desain

Sumber : <https://uxplanet.org/flat-design-history-benefits-and-practice-c2b092955f14>
(diakses Agustus 2018)

2. Pembahasan

Golden Ratio ditemukan oleh Leonardo Fibonacci yang merupakan ahli matematika pada abad ke-13 di Italy sebagai pembuktian adanya keteraturan rasional dalam alam. Hubungan angka-angka menurut Fibonacci diterangkan pada struktur bentuk-bentuk alam seperti kerang nautilus yang menunjukkan pola dalam alam memiliki urutan angka yang logis dan geometris. (Safanayong, 2006:39)

Menurut Harnoko (2016:40) *Golden Section* atau rasio emas adalah istilah yang banyak digunakan di bidang matematika. Sesuatu disebut sebagai rasio emas bila rasio (perbandingan) dari jumlah dua bagian (besar + kecil) terhadap bagian yang besar bernilai 1,61803398874989. Perbandingan ini bisa dilihat dari jumlah angka pada deret Fibonacci yang biasa dilihat seperti 1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, dan seterusnya yang merupakan jumlah dari dua angka sebelumnya. Dan pada akhirnya rasio 1 : 1,618 bisa disebut sebagai Golden Section / Golden ratio yang menjadi dasar bentuk geometris yang digunakan dalam sejarah. (Safanayong, 2006:39)

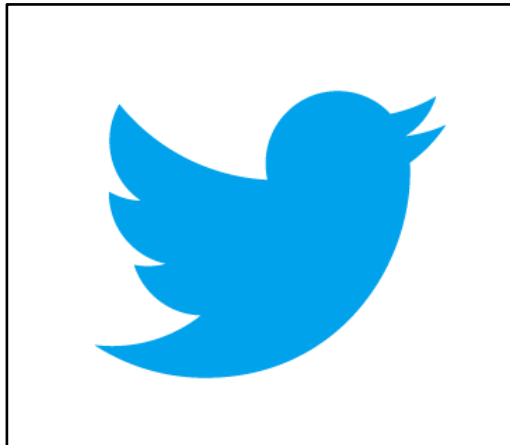


Gambar 3. Golden Spiral / Segmentasi Keong
Sumber : FIBONACCI NUMBERS AND THE GOLDEN RATIO, 2016

Hasil dari *Golden Section*, dapat terlihat dalam bentuk golden rectangles, yang bila disusun terus menerus akan menghasilkan pola bentuk spiral, seperti pola spiral pada segmentasi keong atau biasa disebut *Golden Spiral* (Chasnov, 2016:33).

Pada penelitian ini, bentuk pengaplikasian golden ratio akan dijabarkan dengan menggunakan sampling yaitu logo Twitter yang akan di *breakdown* secara rinci mulai dari penerapan rumus golden ratio hingga pengaplikasian bentuk dan komposisi. Proses ini ditujukan hanya untuk kepentingan pembelajaran yang bersifat pelatihan, hasil pengaplikasian *golden ratio* pada contoh logo yang digunakan hanya merupakan hasil simulasi dengan kemiripan sekitar 90% atau bisa dibalang mendekati mirip (dengan perbedaan minor), namun hasil dari pengaplikasian *golden ratio* pada logo diharapkan tidak untuk digunakan sebagai publikasi penggunaan logo yang sifatnya resmi.

Penggunaan logo resmi Twitter dapat langsung diunduh di alamat web terkait dengan aturan dan standar yang sudah diterapkan oleh perusahaan.



Gambar 4. Logogram dari logo Twitter
Sumber : <https://about.twitter.com>
(diakses Januari 2018)

Logo Twitter merupakan logo dari media sosial yang telah mengalami beberapa perubahan sehingga bisa ditemui dalam beberapa versi, logo ini dapat dikatakan sebagai logo yang memiliki gaya desain *flat design* terlihat dari bentuknya visualnya yang datar, sederhana, jelas dan teratur namun tidak meninggalkan elemen penting di dalamnya untuk menggambarkan seekor burung. Pada kesempatan ini penulis akan menggunakan versi terakhir dari logo Twitter sebagai contoh pembelajaran. Logo ini dipilih karena setelah diteliti, logo ini memiliki kemungkinan pemakaian aspek *golden ratio* di dalamnya dan logo ini dirasakan mampu mewakili bentuk perancangan desain yang sesuai kaidah-kaidah desain komunikasi visual dimana Twitter memiliki panduan lengkap/*brand guidelines* tentang penggunaan logo yang bisa diunduh secara bebas di alamat web : https://about.twitter.com/en_us/company/brand-resources.html

Adapun dalam tahapan proses pengaplikasian *golden ratio* pada logo Twitter sebagai sampel penelitian adalah:

A. Pemahaman bentuk keseluruhan

Bentuk logo Twitter secara langsung akan dapat dipahami sebagai bentuk siluet burung yang sudah disederhanakan dan memiliki warna biru yang flat/datar secara menyeluruh tanpa ada gradasi.

Bentuk burung dalam logo ini menggambarkan burung yang sedang terbang dengan sayap terbuka, dan menggambarkan burung yang sedang berkicau digambarkan dengan paruh yang terbuka. (Dalam penerapan pembuatan logo lainnya yang dimulai dari sketsa manual, diharapkan adanya studi bentuk sebagai pemahaman bentuk)

B. Pemahaman unsur yang terkandung

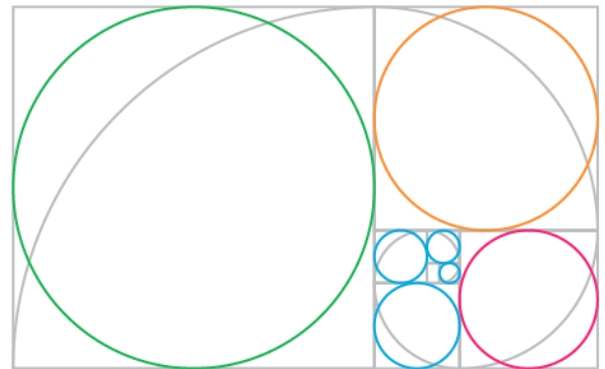
Pada logo Twitter dapat dilihat bahwa bentuk yang digunakan lebih banyak menggunakan bentuk garis lengkung dinamis yang diambil dari bentuk sebuah

lingkaran proporsional 360° . Pada garis lengkung yang digunakan dapat ditemukan banyaknya pengulangan, namun tetap terstruktur dan tersusun rapi seperti pada bagian sayap dan paruh.

C. Menggunakan segmentasi keong sebagai patokan

Setelah diketahui bahwa mayoritas unsur bentuk yang dipakai dalam sampling logo adalah bentuk garis lengkung, maka tahapan selanjutnya adalah mencoba membuat patokan dengan menggunakan bentuk lingkaran dengan skala 1:1,618 dalam pola *golden ratio*. (dalam penelitian ini, proses pengaplikasian *golden ratio* ke dalam logo akan diterapkan dengan bentuk digital dengan menggunakan program Adobe Illustrator).

Skala 1:1,618 dalam pola *golden ratio* merupakan skala baku yang wajib diterapkan dalam pembuatan ukuran bentuk yang akan dipakai dari bentuk ukuran terkecil, hingga terbesar. Penggunaan skala ini dapat diterapkan kedalam bentuk garis dan bentuk geometris lainnya.



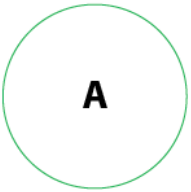
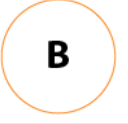

Gambar 5. Bentuk lingkaran pada segmentasi keong
Sumber : Yosef Yulius, 2018

Gambar diatas merupakan acuan dasar berbentuk bidang lingkaran yang ditampilkan dalam bentuk segmentasi keong yang akan dipakai dalam memetakan bentuk yang dipakai dalam logo.

Ukuran terbesar lingkaran yang dipakai adalah sebesar 10 cm, yang akan diperkecil dengan skala 1:1,618 sehingga menimbulkan ukuran lingkaran setelah diperkecil menjadi 6,18cm, 3,82cm, 2,36cm dan seterusnya.

D. Memilah bentuk bidang berdasarkan golden ratio

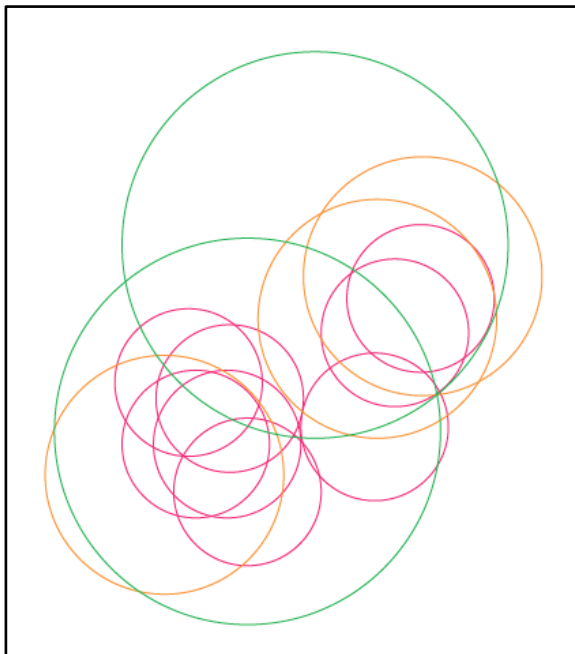
Setelah memetakan berdasarkan segmentasi keong, maka bentuk bidang dipisahkan dan dicoba untuk diterapkan kedalam sketsa (dalam contoh ini, penulis menggunakan sketsa berbentuk digital) dengan mengatur komposisi agar menimbulkan proporsi dan tampilan yang diharapkan. Pada logo sampling yang digunakan ditemukan terdapat 13 bentuk bidang lingkaran yang digunakan. Selanjutnya seorang desainer hanya tinggal menyesuaikan ukuran bidang yang akan dipakai dalam sebuah logo.

 A	→ Ukuran diameter 10 cm
 B	→ Ukuran diameter 6,18 cm (10 cm x 1/1,618)
 C	→ Ukuran diameter 3,82 cm (6,18 cm x 1/1,618)

Gambar 6. Pengelompokan bentuk bidang yang digunakan dalam logo berdasarkan *golden ratio*
 Sumber : Yosef Yulius, 2018

Dari bentuk yang telah didapat maka jumlah lingkaran yang dipakai adalah 2 buah lingkaran A dengan ukuran diameter 10cm, 3 buah lingkaran B dengan ukuran 6,18cm, dan 8 buah lingkaran C dengan diameter ukuran 3,82 cm. Pada setiap lingkaran diberikan warna yang berbeda-beda untuk memudahkan pada proses penyusunan.

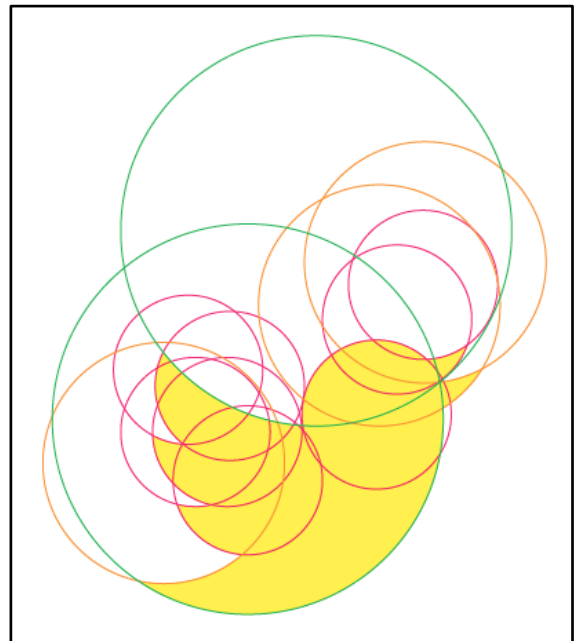
Pada tahapan selanjutnya, bidang lingkaran yang telah tersusun harus dirapihkan dan disesuaikan dengan bentuk yang diharapkan. Penyusunan harus memperhatikan elemen-elemen yang bertumpukan agar mempermudah dalam proses seleksi bidang di tahapan selanjutnya.



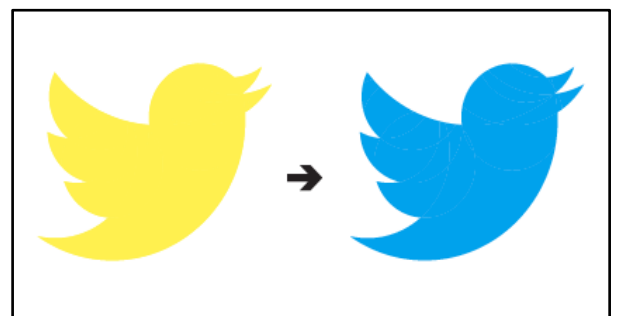
Gambar 7. Penyusunan bentuk bidang yang telah dikelompokkan dan disesuaikan dengan skala *golden ratio*
 Sumber : Yosef Yulius, 2018

E. Seleksi objek bidang yang telah disusun

Setelah bidang lingkaran disusun sedemikian rupa untuk mendapatkan bentuk yang diinginkan sesuai dengan sampling logo, maka tahapan selanjutnya adalah menseleksi bidang yang akan dipakai, lalu menyisihkan bidang yang tidak terpakai pada komposisi yang telah dibuat.



Gambar 8. Bidang logo yang diseleksi
 Sumber : Yosef Yulius, 2018



Gambar 9. Penyesuaian warna sebagai tahapan finishing dari hasil seleksi logo yang telah tersusun berdasarkan bidang *golden ratio*
 Sumber : Yosef Yulius, 2018

Pada tahapan akhir, logo yang telah terseleksi memasuki tahap finishing yaitu menyetarakan warna logo sesuai dengan kondisi aslinya yang pada umumnya disesuaikan dengan standarisasi yang telah ditetapkan perusahaan.

Setelah logo selesai pada tahapan akhir, maka logo sudah siap untuk diterapkan pada media desain lain sebagai sebuah identitas visual. Logo yang telah siap dipublish diharapkan memiliki standar manual sebagai pendamping dan acuan dalam menggunakan logo.

3. Kesimpulan

Logo dapat dikatakan sebagai salah satu karya perancangan yang sering di jumpai di masyarakat sebagai sebuah identitas yang mewakili suatu lembaga/ instansi/perusahaan, maupun kegiatan/wadah/aktifitas yang dipublikasikan dalam bentuk media cetak maupun digital. Keberadaannya yang sangat diperlukan baik dalam situasi yang bersifat komersil maupun non komersil, berdampak kepada meningkatnya kebutuhan produksi visual akan logo itu sendiri. Hal ini berdampak kepada produsen pembuat logo itu sendiri, yang pada saat ini setiap orang dirasakan mampu untuk membuat logo baik masyarakat yang memiliki latar belakang ilmu desain komunikasi visual maupun orang yang tidak memiliki latar belakang ilmu desain komunikasi visual. Hal ini yang secara tidak langsung akan mempengaruhi kualitas dalam perancangan suatu karya logo dalam bidang desain komunikasi visual.

Dengan adanya penelitian tentang pengaplikasian golden ratio pada perancangan logo dalam perspektif desain komunikasi visual, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Dalam perancangan logo, perancang harus memiliki pengetahuan tentang kaidah-kaidah keilmuan desain komunikasi visual sebagai patokan untuk berkarya.
- 2) Perancangan sebuah logo harus benar-benar diperhitungkan mulai dari tahapan awal perancangan hingga akhir perancangan.
- 3) Penggunaan *golden ratio* dalam suatu perancangan karya logo dimaksudkan sebagai suatu tahapan untuk mendapatkan suatu bentuk proporsi yang baik sehingga bisa meningkatkan nilai estetis dari logo tersebut.
- 4) Dalam pengaplikasian golden ratio pada proses pengkaryaan sebuah logo, seorang desainer harus mengetahui rumus rasio yang menjadi dasar bentuk geometris yang digunakan yakni 1 : 1,618.
- 5) Penggunaan *golden ratio* dapat diterapkan pada setiap bentuk bangun datar apapun bentuk dan ukurannya.
- 6) Penggunaan *golden ratio*, diharapkan mampu menjadi suatu acuan para perancang karya visual yang ingin mendapatkan bentuk proporsional yang memiliki landasan yang terukur.

Saran

Adapun saran yang disampaikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Saran Akademis

Penelitian ini mengharapka adanya penelitian lanjutan ataupun penelitian sejenis yang mampu meningkatkan kualitas dari proses perancangan karya desain komunikasi visual sebagai landasan proses pembuatan logo. Penelitian ini juga diharapkan mampu mendorong para perancang karya visual dengan latar belakang keilmuan desain komunikasi visual untuk bisa menerapkan *golden ratio* dalam proses berkarya.

2. Saran Praktis

Tidak bisa dipungkiri, dengan keberadaan praktisi yang bergelut di bidang desain grafis/desain komunikasi visual secara umum, secara tidak langsung meningkatkan pamor dari desain grafis/ desain komunikasi visual itu sendiri, melalui penelitian ini, diharapkan seluruh praktisi/penggiat desain mampu bisa bersama-sama terus mengembangkan proses berkarya secara profesional dan mampu mengangkat nilai positif profesi di mata masyarakat.

3. Saran Sosial

Proses berkarya di bidang desain komunikasi visual sebenarnya memiliki proses yang panjang sebelum hasilnya bisa dinikmati oleh masyarakat. Penelitian ini diharapkan mampu membuka pemahaman masyarakat awam untuk tidak lagi menganggap pekerjaan di bidang ini merupakan pekerjaan yang mudah dan asal jadi. Tapi perlu juga diberikan apresiasi positif terkait profesionalisme dari para desainer grafis / desainer komunikasi visual.

Daftar Pustaka

- Anindita, Marsha dan Riyanti, Teguh, Menul. 2016. *Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual* (Jurnal Dimensi DKV Vol.1 No.1). Jakarta: FSRD Universitas Trisakti
- Chasnov, Jeffrey R, 2016. *Fibonacci Numbers and the Golden Ratio*. Hongkong : Jeffrey R. Chasnov & bookboon
- Harnoko, Irwan. 2016. *Petungan Sebagai Sistem Ukuran Dalam Desain Komunikasi Visual Jawa* (JurnalDesain Vol.4 No. 1) Jakarta : Universitas Bina Nusantara
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi Offset
- Safanayong, Yongky. 2006. *Desain komunikasi visual Terpadu*. Jakarta: ARTE INTERMEDIA.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sriwitari, Ni Nyomandan Widnyana, I Gusti Nyoman, 2014. *Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Yulius, Yosef. 2016. *Peranan Desain Komunikasi Visual Sebagai Pendukung Media Promosi Kesehatan* (Besaung: Jurnal Seni, Desain, dan Budaya Vol.1 No.2). Palembang: LP2MK Universitas Indo Global Mandiri.

Sumber Internet

<http://www.designishistory.com/home/swiss/>

https://about.twitter.com/en_us/company/brand-resources.html

<https://uxplanet.org/flat-design-history-benefits-and-practice-c2b092955f14>