

## ANALISIS BENTUK PADA IDENTITAS VISUAL STMIK STIKOM INDONESIA

I Nyoman Jayanegara<sup>1</sup>, I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> STMIK STIKOM Indonesia

Jl. Tukad Pakerisan No.97, Panjer, Kec. Denpasar Sel., Kota Denpasar, Bali 80225 Indonesia

e-mail: [jayanegara@stiki-indonesia.ac.id](mailto:jayanegara@stiki-indonesia.ac.id)<sup>1</sup>, [anomkojar@stiki-indonesia.ac.id](mailto:anomkojar@stiki-indonesia.ac.id)<sup>2</sup>

Received : November, 2019	Accepted : December, 2019	Published : April, 2020
---------------------------	---------------------------	-------------------------

### Abstract

*Visual identity as a sign system that is used consistently to communicate messages widely. This is very important to be a consideration in building positive branding. The design elements contained in visual identity should be able to be clear and specific in their function as sign systems. In STMIK STIKOM Indonesia as an entity, it has a logo and a symbol as its visual identity. The use of these two things becomes somewhat ambiguous when published to the public and can lead to confusion about the reception of the message. In this visual identity study as a sign system, data will be collected in various fields related to logos and symbols in various media created by institutions. So that the data can be analyzed taxonomically by considering the construction, fields, letters, colors, and forms of placement in various elements. The results of the study found that the inconsistency of the use of visual identity, the use of different colors on the logo or symbol, removal of some parts of the logo, and the destruction of the logo structure with a disproportionately step. The fundamental finding is the emergence of ambiguity in visual identity and the necessity of having standard rules through manual graphic standards as a reference for the use or utilization of agreed visual identity.*

**Keywords:** ambiguity, identity, STMIK STIKOM Indonesia, visual

### Abstrak

*Identitas visual sebagai suatu sistem tanda yang dimanfaatkan secara konsisten untuk mengkomunikasikan pesan secara luas. Hal ini sangatlah penting menjadi pertimbangan dalam membangun branding yang positif. Elemen-elemen desain yang terkandung dalam identitas visual seharusnya dapat secara jelas dan spesifik dalam fungsinya sebagai sistem tanda. Pada STMIK STIKOM Indonesia sebagai suatu entitas, memiliki logo dan lambang sebagai identitas visualnya. Penggunaan dua hal inipun menjadi agak rancu saat dipublikasikan ke khalayak serta dapat memunculkan kebingungan terhadap penerimaan pesannya. Pada kajian identitas visual ini sebagai sistem tanda, akan dikumpulkan data-data pada berbagai bidang terkait logo dan lambang di berbagai media yang dibuat institusi. Sehingga data tersebut dapat dianalisis secara taksonomi dengan mempertimbangkan konstruksi, bidang, huruf, warna, serta bentuk penempatan pada berbagai elemen. Hasil penelitian ini menemukan bahwa inkonsistensi penggunaan identitas visual, penggunaan warna yang berbeda pada logo atau lambang, penghilangan beberapa bagian pada logo, serta perusakan struktur logo dengan langkah menariknya secara tidak proposional. Temuan yang mendasar adalah munculnya ambiguitas identitas visual dan sangat perlu adanya aturan baku melalui graphic standart manual sebagai acuan penggunaan atau pemanfaatan identitas visual yang telah disepakati.*

**Kata Kunci:** ambiguitas, identitas, STMIK STIKOM Indonesia, visual

## 1. PENDAHULUAN

Identitas visual merupakan suatu hal yang dapat memberikan suatu nilai tambah pada produk ataupun jasa. Identitas visual merupakan pula fondasi yang sangat penting dalam membangun *branding* pada khalayak, sehingga menjadi acuan pertimbangan terhadap suatu hal yang berhubungan. Namun pada kenyataannya masih terdapat pemahaman yang dapat dikatakan keliru dan memunculkan dampak besar terhadap produk ataupun jasa perihal identitas visual ini serta kandungan elemen yang berhubungan dengan hal tersebut. Secara teoritis identitas visual sebagai sistem tanda dapat diwakilkan dengan elemen gambar dan elemen tulisan [1] atau secara spesifik dapat berupa ilustrasi, simbol, logo, huruf, lambang, warna, dan bahkan teks. Logo sebagai bagian dari identitas visual sebuah entitas memiliki peranan yang sangat penting dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Pesan-pesan tersebut disampaikan melalui elemen-elemen visual berupa bidang, garis, warna, dan huruf yang membentuk logo tersebut, sekaligus memiliki makna untuk merepresentasikan entitas yang diwakilkan.

STMIK STIKOM Indonesia sebagai sebuah entitas dalam bidang pendidikan pun berusaha menyampaikan pesan kepada khalayak melalui sebuah identitas visual. Identitas visual STMIK STIKOM Indonesia yang disepakati dan tertuang di dalam Statuta institusi memiliki dua bentuk, yakni logo dan lambang, namun tanpa menjelaskan secara detail fungsi dan penggunaan dari keduanya. Logo dan lambang sebagai identitas visual STMIK STIKOM Indonesia memiliki kemiripan dari bentuk, yakni lambang dari STMIK STIKOM Indonesia hanya mengambil sebagian dari logo tersebut.

Logo menurut Supriyono [2] bisa berupa rangkaian huruf, bentuk gambar, atau gabungan huruf dan gambar, sedangkan lambang adalah sesuatu seperti tanda (lukisan, rencana, dan sebagainya) yang menyatakan suatu hal atau mengandung maksud tertentu. Tanda pengenal yang tetap dalam menyatakan sifat, keadaan, dan sebagainya [3]. Jika dilihat dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa logo dan lambang memiliki kemiripan dari arti yakni sebuah tanda yang memiliki makna tertentu. Namun jika dilihat lebih jauh, logo memiliki pengertian lebih luas,

yakni sebagai identitas visual dengan berbagai elemen visual yang menyertainya.

Logo sebagai identitas visual sebaiknya secara konsisten dikomunikasikan kepada khalayak agar entitas dapat dikenalkan secara maksimal, namun identitas visual STMIK STIKOM Indonesia berlaku sebaliknya. Hal ini dapat dilihat dari implementasi identitas visual STMIK STIKOM pada beberapa media tidak konsisten dilakukan. Hal ini tercemrin dari digunakannya logo atau lambang dalam berbagai media komunikasi visual entitas. Bahkan dalam beberapa media penggunaan logo atau lambang diletakkan secara bersamaan. Inkonsistensi pemilihan maupun penggunaan logo atau lambang sebagai identitas visual mampu memberikan pemahaman yang ambigu dikarenakan bentuk logo maupun lambang memiliki kemiripan.

Ambigu sendiri berarti bermakna lebih dari satu (sehingga kadang-kadang menimbulkan keraguan, keaburan, ketidakjelasan, dan sebagainya), bermakna ganda atau taksa. Lebih lanjut, ambiguitas berarti sifat atau hal yang bermakna dua; kemungkinan yang mempunyai dua pengertian; ketidakpastian; ketidakjelasan; kemungkinan adanya makna atau penafsiran yang lebih dari satu atas suatu karya sastra; kemungkinan adanya makna lebih dari satu dalam sebuah kata, gabungan kata, atau kalimat; ketaksaan [3]. Penyematan lambang ataupun logo pada suatu media memerlukan suatu kesepakatan aturan yang jelas sehingga dengan hal tersebut maka entitas menunjukkan bukti menghargai logo dan kesepakatan dibawah naungan institusi, bukan mewakili personal/individu [4]. Sebuah logo diperoleh maknanya dari suatu kualitas yang disimbolkan berdasarkan faktor internal maupun faktor eksternal yang mempengaruhinya [5]. proses membutuhkan penelitian dan pengumpulan data analisis sebelum desain diimplementasikan dalam proses desain [6]. proses membutuhkan penelitian dan pengumpulan data analisis sebelum desain diimplementasikan dalam proses desain [7].

Jika dilihat dari kedua pengertian tersebut ambiguitas merupakan sebuah ketidakjelasan akibat dari penafsiran atau pemaknaan yang lebih dari satu. Penafsiran atau pemaknaan yang dimaksud adalah penggunaan logo dan lambang sebagai identitas visual STMIK STIKOM

Indonesia. Menarik untuk dikaji bentuk-bentuk ambiguitas identitas visual STMIK STIKOM Indonesia.

### 1.1 Klasifikasi Logo

Logo yang merupakan sebuah karya desain tentu saja memiliki unsur raut dalam bentuknya, namun logo tidak hanya dapat dilihat sesederhana seperti garis atau bidang yang digunakan. Menurut Rustan [8], bentuk dan cara pengkatagorian logo, dapat dibagi menjadi dua, yakni ; 1) Berdasarkan konstruksinya, logo dibagi menjadi tiga jenis,yaitu: *picture mark* dan *letter mark* (elemen gambar dan tulisan terpisah), *picture mark* sekaligus *letter mark* (bisa disebut gambar atau tulisan), atau *letter mark* (elemen tulisan) saja; 2) Bahwa logo apapun dibentuk dari *basic shapes/primitive shapes* atau bentuk-bentuk dasar. Kemudian bentuk-bentuk dasar tersebut saling bergabung sehingga membentuk obyek-obyek yang lebih kompleks.

Hal yang tidak jauh berbeda diungkapkan oleh Kusrianto [9], unsur bentuk logo dapat dipilah-pilah menjadi empat kelompok, yaitu ; 1) logo dalam bentuk alphabet, yaitu logo yang terdiri dari bentuk huruf-huruf atau dimaksudkan untuk menggambarkan bentuk huruf atau kombinasi dari bentuk huruf, 2) logo dalam bentuk benda konkret, yaitu logo yang dapat berupa bentuk manusia, binatang, tanaman, maupun benda lainnya, 3) logo dalam bentuk abstrak, poligon, spiral, dan sebagainya. Logo kelompok ini memiliki elemen-elemen yang merupakan bentuk abstrak, geometri, spiral, busur, segitiga, bujur sangkar, polygon, titik-titik, garis, panah, gabungan bentuk-bentuk lengkung, dan bentuk 3 dimensi, 3) logo dalam bentuk simbol, nomor, dan elemen lain. Logo pada kelompok ini dapat berupa simbol hati, tanda silang, tanda notasi musik, dan sebagainya. Kelompok-kelompok bentuk logo tersebut dapat digabung sehingga mengandung unsur campuran.

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan analisis taksonomi. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci [10]. Data yang diperoleh merupakan pengamatan

bentuk identitas visual STMIK STIKOM Indonesia serta aplikasinya pada berbagai media. Selanjutnya adalah analisis taksonomi yang didasarkan pada fokus terhadap satu studi domain yang akan dijadikan obyek analisis selanjutnya [11]. Pada analisis ini data berupa bentuk identitas visual STMIK STIKOM akan dikaji lebih detail berdasarkan elemen-elemen pembentuknya, yakni; *picture mark*, *leter mark*, bidang, warna, dan huruf. Data yang telah dianalisa kemudian akan disusun dan disajikan dengan cara formal dalam bentuk teks yang naratif.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas visual STMIK STIKOM Indonesia yang tertuang di dalam statuta institusi terdiri dari dua bentuk yakni; logo dan lambang. Jika dilihat sekilas kedua identitas visual tersebut akan terlihat sangat mirip karena bentuk lambang mengambil sebagian kecil dari bentuk logo STMIK STIKOM Indonesia seperti pada gambar 1 dan 2. Lebih lanjut akan dibahas secara detail bentuk-bentuk identitas visual STMIK STIKOM Indonesia berdasarkan konstruksinya, bidang, teks dan huruf, serta warna.



Gambar 1. Logo STMIK STIKOM Indonesia [statuta STMIK STIKOM Indonesia]



Gambar 2. Lambang STMIK STIKOM Indonesia [statuta STMIK STIKOM Indonesia]

### 3.1 Bentuk Identitas Visual

Berdasarkan konstruksinya, kedua identitas visual STMIK STIKOM Indonesia merupakan *picture mark* sekaligus *letter mark*. Teks pada logo dan lambang tidak dapat dikatakan sebagai *letter mark* karena teks tersebut menjadi satu bagian utuh di dalam elemen

gambar. Sedangkan unsur bentuk pada lambang hanya terdiri dari ikon burung Elang yang sedang memegang buku.

Jika dilihat berdasarkan bidang pembentuknya, logo terdiri dari beberapa bidang, yakni bidang geometris kotak, lingkaran dan persegi panjang, serta bidang non geometris yang merupakan ikon dari perisai (gambar 3).



Gambar 3. Bidang pada Logo STMIK STIKOM Indonesia  
[dokumentasi penulis]

Pada lambang, terdiri dari bidang geometris lingkaran dan non geometris berupa ikon perisai (gambar 4)



Gambar 4. Bidang pada Lambang STMIK STIKOM Indonesia  
[dokumentasi penulis]

Teks atau elemen tulisan (*letter mark*) pada kedua identitas visual STMIK STIKOM Indonesia memiliki perbedaan yang tidak terlalu signifikan. Pada logo terdiri dari teks “STIKI”, “Indonesia”, dan “Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer” dengan jenis huruf Sans Serif (tanpa kait), Pada teks “Indonesia”, huruf E dan S telah mengalami deformasi bentuk yakni dengan menambahkan stilisasi ikon burung Elang. Lambang hanya terdiri dari teks “STIKI” dan “Indonesia” serta jenis huruf Sans Serif (tanpa kait).

Pada bagian warna, jika dilihat lebih detail terdapat perbedaan yang tidak terlalu signifikan pada identitas visual STMIK STIKOM Indonesia yakni lambang tidak menggunakan

warna hitam dan coklat Keemasan seperti halnya warna pada logo. Warna pada identitas visual STMIK STIKOM Indonesia dapat dilihat berdasarkan tabel 1 dibawah.

Tabel 1. Warna Identitas Visual STMIK STIKOM Indonesia  
[statuta STMIK STIKOM Indonesia]

Coklat Keemasan		R= 135, G= 108, B= 30, C= 43, M= 51, Y=100, K=23 HEX = #876C1E
Kuning		R= 226, G=177, B=55 C= 12, M=31, Y=100, K=0 HEX = #E2B137
Merah		R= 237, G=50, B= 55 C= 0, M= 100, Y=100, K=0 HEX = #Ed3237
Biru		R= 23, G= 31, B=151 C= 100, M= 96, Y= 7, K=14 HEX = #171F97
Hitam		R= 0, G= 0, B= 0 C= 75, M= 68, Y= 65, K= 90 HEX = #000000
Putih		R= 255, G=255, B=255 C= 0, M= 0, Y=0, K=0 HEX=#FFFFFF

### 3.2 Bentuk Penempatan Identitas Visual

Penempatan sebuah identitas visual yang dilakukan secara konsisten akan memberikan gambaran kepada publik mengenai pemilih identitas visual tersebut. Penempatan identitas visual STMIK STIKOM Indonesia sering dilakukan secara tidak konsisten. Inkonsistensi dari ini terlihat dari penggunaan logo atau lambang sebagai identitas visual pada berbagai

media. Seperti terlihat pada gambar 5, pada media *banner* pada beberapa acara yang diselenggarakan oleh institusi dan dihadiri peserta dari luar institusi, terlihat lambang dan logo digunakan secara bergantian bahkan salah satu *banner* menggunakan logo yang tidak menyertakan bidang geometris kotak dan persegi panjang yang berwarna hitam dan coklat keemasan.



Gambar 5. Aplikasi identitas visual pada media banner [dokumentasi penulis]

Hal yang tidak jauh berbeda dilihat pada beberapa media informasi institusi, seperti papan nomer kelas yang menggunakan lambang, sedangkan ruang humas dan media informasi penggunaan komputer menggunakan logo institusi (gambar 6).



Gambar 6. Aplikasi identitas visual pada papan informasi [dokumentasi penulis]

Aplikasi identitas visual sedikit berbeda ditemui pada jurnal institusi, serta cover laporan tugas akhir (TA) dan kerja praktek (KP). Pada semua media tersebut, logo digunakan sebagai identitas visual institusi namun bentuk logo sedikit berbeda terlihat pada cover laporan TA dan KP. Logo pada cover laporan TA dan KP hanya menggunakan warna monokromatik (hitam dan merah) serta menghilangkan bidang geometris kotak dan persegi panjang (gambar 7)



Gambar 7. Aplikasi identitas visual pada buku institusi [dokumentasi penulis]

Media *merchandise* pada gambar 8 yang terdiri dari mug, jam dinding, kalender, dan patung

wisuda terlihat pada media kalender menggunakan logo sebagai identitas sedangkan mug, jam dinding, dan patung wisuda terlihat menggunakan lambang sebagai identitas. Namun jika dilihat lebih detail pada patung wisuda, lambang menggunakan warna coklat keemasan hanya pada bagian *outline* (garis) lambang.



Gambar 8. Aplikasi identitas visual pada merchandise [dokumentasi penulis]

Pada seragam tenaga pendidik (dosen) menggunakan lambang sebagai identitas visual, namun dengan menambahkan ikon perisai dan teks menjadi dan memberi dengan menggunakan warna monokromatik dari jalinan benang, yakni warna emas dan perak seperti terlihat pada gambar 9.



Gambar 9. Aplikasi identitas visual pada seragam dosen [dokumentasi penulis]

Lambang dan logo sebagai identitas digunakan sekaligus pada kartu tanda pengenalan mahasiswa (KTM) STMIK STIKOM Indonesia (gambar 10). Pada bagian depan menggunakan logo institusi namun tidak menyertakan bidang geometris kotak dan persegi panjang, sedangkan pada bagian belakang menggunakan lambang



Gambar 10. Aplikasi identitas visual pada Kartu Tanda Mahasiswa [dokumentasi penulis]

Tanda inventaris institusi menggunakan lambang dan logo sebagai identitas visual, seperti terlihat pada gambar 11. Namun jika dilihat lebih detail pada gambar, salah satu lambang menggunakan warna dasar hitam dengan *outline* (garis) warna emas. Hal ini tidak sesuai dengan warna lambang yang tercantum pada statuta (seperti pada gambar 2). Logo pun demikian, logo yang digunakan terlihat tidak proposional (gambar nomer 3).



Gambar 11. Aplikasi identitas visual pada data inventaris institusi [dokumentasi penulis]

Pada bagian *interface* awal dari *website* institusi, terlihat identitas visual digunakan secara bersamaan. Lambang yang digunakan hanya menampilkan *outline* (garis) berwarna putih pada bagian pojok kiri atas sedangkan logo ditampilkan secara utuh pada bagian pojok kanan bawah seperti terlihat pada gambar 12.



Gambar 12. Aplikasi identitas visual pada website institusi [dokumentasi penulis]

Identitas visual STMIK STIKOM Indonesia yang terdiri dari logo dan lambang dikomunikasikan melalui berbagai media dikatakan cukup *legible* atau memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda, serta *easily adaptable for all graphic media* atau mudah untuk diaplikasikan ke dalam berbagai macam media.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan penjabaran data yang telah dianalisis dengan analisis taksonomi yakni dengan melihat elemen-elemen pembentuk logo dapat disimpulkan bahwa identitas visual STMIK STIKOM Indonesia yang digunakan dalam berkomunikasi dengan khalayak melalui berbagai media terdiri dari logo dan lambang. Hal tersebut sudah diaplikasikan dengan sangat baik mengikuti aturan yang telah tertuang di dalam statuta institusi. Dilihat dari segi bentuk, logo dan lambang sebagai identitas visual STMIK STIKOM Indonesia memiliki kemiripan, dimana lambang hanya mengambil sebagian kecil dari logo institusi dengan hanya menggunakan bidang geometris lingkaran, ikon burung elang yang memegang buku, dan perisai, serta menggunakan teks "STIKI Indonesia". Jika disederhanakan, lambang STMIK STIKOM berbentuk lingkaran sedangkan logo STMIK STIKOM Indonesia berbentuk persegi panjang.

Penggunaan logo dan lambang sebagai identitas visual serta ditunjang dengan kemiripan bentuk dari keduanya, tentunya akan menimbulkan kebingungan dan ketidakjelasan atau ambigu bagi khalayak dalam menentukan identitas yang benar dari entitas. Ambiguitas ini kembali terlihat melalui implementasi identitas visual yang tidak sesuai dengan statuta seperti penggunaan warna yang berbeda pada logo atau lambang, penghilangan beberapa bagian pada logo, serta perusakan struktur logo dengan langkah menariknya secara tidak proposional

Ambiguitas identitas visual STMIK STIKOM Indonesia dapat menimbulkan persepsi negatif dari khalayak terhadap entitas, bukankah identitas visual tersebut merupakan representasi dari citra dan karakter dari entitas tersebut. Ambiguitas identitas visual dapat dihindari jika STMIK STIKOM Indonesia selaku

entitas secara tegas memutuskan apakah logo atau lambang yang akan digunakan sebagai identitas visual. Namun jika dilihat dari pengertian, logolah yang sebaiknya digunakan sebagai identitas visual entitas. Selain itu diperlukan sebuah aturan baku mengenai bentuk dan aplikasi dari identitas visual agar tidak menimbulkan ambiguitas dari khalayak. Aturan baku ini akan tertuang melalui sebuah *graphic standard manual logo*, yang mana akan mengatur identitas visual entitas secara baik dan benar.

#### REFERENSI

- [1] I. N. Jayanegara, "Semiotika Visual RSU Surya Husadha Denpasar," *Bhs. Rupa*, vol. 1, no. 1, pp. 11–16, 2017.
- [2] R. Supriyono, *Desain Komunikasi Visual Teori*. Yogyakarta: Andi.
- [3] K. B. B. Indonesia, "Lambang," 2019. [Online]. Available: <https://kbbi.web.id/lambang>. [Accessed: 22-Sep-2019].
- [4] I. N. Setiawan, I Nyoman Anom Fajaraditya; Jayanegara, *Sistem Tanda Visual Logo STMIK STIKOM Indonesia*. Denpasar: STMIK STIKOM Indonesia, 2019.
- [5] I. N. Jayanegara, I. N. A. F. Setiawan, and I. N. W. Adnyana, "Perancangan Identitas Visual Laboratorium E-government and Enterprise System STMIK STIKOM Indonesia," *S@ CIES*, vol. 7, no. 2, pp. 109–117, 2017.
- [6] I. N. Sumartika, "Kepurbakalaan di Pura Ibu Dusun Celuk, Buruan, Blahbatuh," *Pelestarian Peninggalan Purbakala Bali*, 2007.
- [7] I. N. A. F. Setiawan, "DESIGNING THE PURA IBU CELUK BURUAN LOGO," *Bhs. Rupa*, vol. 3, no. 1, pp. 1–8, 2019.
- [8] S. Rustan, *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia, 2009.
- [9] A. Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi, 2007.
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- [11] H. L. Sarwono, Jonathan, *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi, 2017.