

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Logo merupakan identitas yang dipergunakan untuk meng-gambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. *Logotype* atau tanda kata (*word mark*) merupakan nama lembaga, perusahaan, atau produk, yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial. Pada prinsipnya, logo merupakan simbol yang mewakili sosok, wajah, atau eksistensi suatu perusahaan atau produk dari sebuah perusahaan. Selain membangun citra perusahaan, logo juga sering kali dipergunakan untuk membangun spirit secara internal diantara komponen yang ada dalam perusahaan tersebut.

Sebuah logo yang baik dan berhasil akan dapat menimbulkan sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga image produk pemilik logo itu. Secara visualisasi, logo adalah suatu gambar. Gambar itu bisa berupa berbagai unsur bentuk dan warna. Oleh karena sifat dari apa yang diwakili oleh logo berbeda satu sama lain, maka sewajarnya logo itu memiliki bentuk yang berbeda pula.

Penggunaan logo yang dikenal saat ini awalnya hanyalah sekedar berupa lambang, simbol, yang merupakan identitas suatu kelompok, suku, bangsa, atau negara. Suku-suku bangsa di masa lalu sering menggunakan maskot binatang seperti beruang, burung, rajawali, dan kuda sebagai simbolik mereka. Maskot-maskot tadi diambil dari apa saja yang dikagumi di sekeliling mereka. Logo merupakan elemen yang sangat penting untuk sebuah perusahaan atau badan-badan lainnya. Didalam logo-pun terdapat arti dan tujuan dari yang memakainya, baik dari warnanya, gambarnya, tulisannya maupun pembuatannya.

Logo bisa diibaratkan dengan wajah. Setiap orang bisa dengan mudah dikenali antara satu dengan yang lain hanya dengan melihat wajah. Begitu juga halnya dengan logo. Logo merupakan sebuah visi penyampaian citra positif melalui sebuah tampilan sederhana dalam bentuk simbol. Logo sebagai bagian dari identitas perusahaan, dirancang terutama sebagai simbol pembeda untuk memberikan ciri khas suatu produk atau merek tertentu. Bentuknya dapat berupa lambang, gambar, bentuk, huruf khusus, atau untaian kata, yang membentuk nama yang ditulis dengan cara khusus. Citra merek atau brand image merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek.

Dari observasi dapat dilihat beberapa toko roti daerah Kecamatan Medan Petisah memiliki logo yang belum memenuhi kriteria yang baik dimana sebuah logo haruslah dibuat dengan adanya unsur sebagai berikut : dapat dideskripsikan, sederhana dan mudah diingat, timeless, original, tidak menimbulkan arti lain, flexible, relevan dengan merk bisnis/perusahaan, pendekatan tren, pilihan warna, dan pemilihan font yang tepat.

Dalam sebuah logo toko roti, memasukkan unsur tipografi yang dimana peran dari pada tipografi itu sendiri adalah untuk dapat mengkomunikasikan ide atau informasi dari logo tersebut kepada orang yang melihat logo pada toko roti tersebut. Peneliti melihat di beberapa logo toko roti kurang memperhatikan penggunaan tipografi hingga mudah terlupakan atau tidak terlalu menarik perhatian. Peneliti juga melihat pemilihan warna pada beberapa logo yang cenderung kurang tepat antara warna latar belakang dan unsur didalamnya, warna nya juga terkesan monoton dan kadang kurang cocok dengan toko roti tersebut. Bukan hanya dalam pemilihan warna, desain logo, tipografi pada logo produkpun ada yang tidak sesuai dan mencerminkan produk dari toko roti tersebut.

Dari latar belakang yang penulis paparkan, penulis mengambil judul “**Analisis Logo Toko Roti di Kecamatan Medan Petisah Berdasarkan Tipografi dan Warna**” sebagai judul skripsi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, Hal ini disebabkan karena :

1. Desain logo kurang mencerminkan sebuah toko roti dan terkesan kurang *modern*.
2. Pemilihan Warna pada beberapa logo yang cenderung kurang tepat antara warna latar belakang dan unsur didalam nya.
3. Pada warna Logo terkesan monoton dan kurang sesuai dengan toko roti tersebut.
4. Tipografi pada jenis huruf di beberapa logo pada produk tampak tidak seirama.
5. Kurangnya variasi penggunaan warna pada beberapa logo.
6. Pada beberapa logo memiliki bentuk desain yang hampir sama dengan logo lainnya.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan pembahasan di atas, Penelitian ini berfokus kepada :

1. Penerapan prinsip Tipografi pada desain logo toko roti yang ada di Kecamatan Medan Petisah.
2. Pemilihan warna yang digunakan pada desain logo toko roti yang ada di Kecamatan Medan Petisah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah :

1. Bagaimana penerapan prinsip tipografi pada desain logo toko roti yang ada di Kecamatan Medan Petisah.

2. Bagaimana pemilihan warna yang digunakan dalam desain logo toko roti yang ada di Kecamatan Medan Petisah.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan prinsip Tipografi pada Desain Logo Toko Roti di Kecamatan Medan Petisah.
2. Untuk mengetahui bagaimana pemilihan warna yang digunakan pada Desain Logo Toko Roti di Kecamatan Medan Petisah.

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

1. Manfaat teoritis
 - a. Sebagai bahan rujukan bagi Dosen dan mahasiswa yang akan melakukan penelitian relevan.
 - b. Rujukan dalam penggunaan tipografi atau jenis huruf yang baik.
 - c. Sebagai rujukan untuk peneliti bila akan bekerja di bidang desain logo
2. Manfaat praktis.
 - a. Masukan untuk calon desainer apabila mendapat kesulitan untuk mendapatkan sumber literatur yang berhubungan dengan desain logo
 - b. Bagi para dosen agar bisa menjadi acuan dalam menilai kualitas logo dan cara mendesain menggunakan prinsip-prinsip tipografi dan warna.
 - c. Manfaat bagi peneliti untuk melatih keterampilan dalam desain logo suatu toko roti serta kepekaan peneliti dalam menilai prinsip-prinsip yang terkandung dalam desain logo.