

Perancangan Logo menggunakan *7 Stage of a Creative Logo* Untuk Meningkatkan *Brand Image* SD Negeri 2 Kutoharjo

Lisa Odillia¹, Rohiman²

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komputer dan Desain, Universitas Selamat Sri Indonesia

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis Darmajaya

ABSTRAK

Identitas Visual yang kuat dan terdefinisi dengan baik akan memainkan peran penting dalam membangun Brand Image yang kuat dengan siswa, orang tua dan masyarakat. Oleh karena itu, sebagai lembaga pendidikan, SD Negeri 2 Kutosari perlu merancang identitas visual yang konsisten dan menarik untuk memberikan fondasi visual yang jelas guna memperkuat image lembaga, membangun hubungan positif dengan siswa, orangtua dan masyarakat serta meningkatkan kepercayaan terhadap pendidikan yang disediakan oleh SD Negeri 2 Kutoharjo. Identitas visual berupa logo SD Negeri 2 Kutoharjo mengangkat aspek kebaruan berupa originality untuk menciptakan desain logo yang unik, segar dan berbeda melalui eksplorasi ide kreatif dan penggunaan simbol yang mewakili motto pendidikan. Metode perancangan logo sekolah dasar ini menggunakan *7 Stage of a Creative Logo Design Process*. Proses ini banyak dijadikan sebagai acuan perancangan logo berbagai komunitas desain karena konsep menggunakan 7 tahapan ini akan menghasilkan logo yang tepat, sempurna secara visual dan bermakna. Kolaborasi antara intelektual, ide dan visualisasi dalam penciptaan logo, mewakili motto SD Negeri 2 Kutoharjo yaitu CERDAS. Tiap elemen grafis, warna dan tipografi merepresentasikan makna yang mewakili Cendekia, Religius, Disiplin, Nasionalis dan Santun.

Kata Kunci: *Brand Image*, Identitas Visual, Logo

ABSTRACT

A solid and well-defined Visual Identity will be essential in building a strong Brand Image with students, parents, and the community. Therefore, as an educational institution, SD Negeri 2 Kutosari needs to design a consistent and attractive visual identity to provide a clear visual foundation to strengthen the image of the institution, build positive relationships with students, parents, and the community and increase trust in the education provided by SD Negeri 2 Kutohardjo. The visual identity in the form of the Kutoharjo 2 Public Elementary School logo elevates the novelty of originality to create a unique, fresh, and different logo design by exploring creative ideas and using symbols that represent the motto of education. This elementary school logo design method uses the 7 Stages of a Creative Logo Design Process. This Process widely used as a reference for designing logos for various design communities because the concept of using these seven stages will produce a suitable logo, visually perfect and meaningful. Collaboration between intellectuals, ideas, and visualization in creating a logo represents the motto of SD Negeri 2 Kutoharjo, CERDAS. In each graphic element, color and typography represent meanings representing Scholar, Religious, Discipline, Nationalist, and Polite.

Keywords: *Brand Image*, Visual Identity, Logo

How to Cite:

Odillia, L., & Rohiman. (2023). Perancangan Logo menggunakan 7 Stage of a Creative Logo Untuk Meningkatkan Brand Image SD Negeri 2 Kutoharjo. *GESTALT : JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 5(1), 33–42. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v5i1.138>



This is an open access article under the CC-BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Page: 33-42

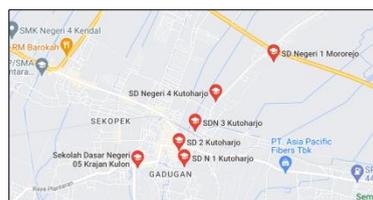
PENDAHULUAN

Identitas visual adalah ekspresi visual dari identitas perusahaan atau organisasi. Identitas visual yang kuat dan terdefinisi dengan baik pada lembaga pendidikan akan memainkan peran penting dalam membangun *brand Image* yang kuat dengan siswa, orang tua dan masyarakat. Perancangan identitas visual bagi lembaga pendidikan dapat membawa manfaat yang signifikan terhadap citra merek yang kuat, meningkatkan kesatuan dan profesionalisme lembaga, mempermudah pengenalan dan memfasilitasi komunikasi yang efektif dengan semua pemangku kepentingan.

Begitu pula dengan Sekolah Dasar (SD), sebagai lembaga yang mendedikasikan diri untuk mencerdaskan anak bangsa, Sekolah Dasar (SD) perlu merancang program-program sekolah yang mampu melahirkan peserta didik yang unggul. Selain itu, Sekolah Dasar (SD) juga harus meningkatkan penerimaan peserta didik agar program yang direncanakan dapat berjalan dengan baik.

Oleh karena itu, bagi Sekolah Dasar (SD) promosi sangat diperlukan untuk mendukung keberlanjutan sekolah dan mendapat respon dan citra yang baik di masyarakat. Salah satu langkah utama yang perlu diambil adalah dengan merancang identitas visual yang menjadikan Sekolah Dasar (SD) tersebut berbeda dengan lainnya. Salah satu sekolah dasar yang belum memiliki identitas visual adalah SD Negeri 2

Kutoharjo yang berada di desa Kutoharjo kecamatan Kaliwungu.



Gambar: Peta posisi SD Negeri 2 Kutoharjo
Sumber: Google Maps

Jika dilihat secara geografis, posisi SD Negeri 2 dekat dengan SDN 1 Kutoharjo, SDN 3 Kutoharjo dan SDN 4 Kutoharjo saling berdekatan sehingga persaingan yang tinggi menjadi tantangan besar bagi SD Negeri 2 Kutoharjo untuk memperoleh peserta didik baru, adapun solusi yang efektif adalah dengan membangun *branding* yang kuat untuk mempromosikan keunikan sekolah sehingga dapat bersaing dengan pesaing dekat dan memperoleh penerimaan siswa yang tinggi.

Strength	Weakness	Opportunity	Threats
Memiliki rombongan belajar hanya 10 peserta didik sehingga bisa memaksimalkan Kualitas pendidikan	Facilitas Sekolah kurang lengkap dan hanya didukung ruang Laboratorium saja	Merancang Identitas visual sekolah yang memudahkan masyarakat untuk mengidentifikasi dan mengenal motto dan program sekolah	Ada 3 sekolah dasar yang secara geografis sangat dekat sehingga segmentasi dalam pemasaran sangat akan tingginya persaingan
Memiliki banyak program unggulan seperti literasi dan senam aerobik yang dapat meningkatkan kesadaran kesehatan dan kesejahteraan peserta didik	Akreditasi sekolah masih B, sedangkan 3 pesaing sudah terakreditasi A	Meningkatkan konten Youtube sebagai media informasi tentang aktivitas peserta didik	Kompetitor memiliki publikasi online dan media sosial yang lebih baik dengan jumlah audiens yang lebih banyak
Memiliki banyak pilihan ekstrakurikuler yang melibatkan kurir dan keahlian peserta didik sehingga dapat mengembangkan keterampilan yang relevan pada pendidikan selanjutnya	Pengenalannya Identitas Sekolah masih kurang dapat dilihat dari jumlah siswa yang masih sedikit	Meningkatkan publikasi di media online khususnya informasi tentang motto pendidikan dan program-program sekolah yang dijalani oleh peserta didik	Kemungkinan masyarakat belum mengetahui tentang motto, program-program unggulan, dan ekstrakurikuler sekolah

Gambar: Analisis SWOT
Sumber: Dokumentasi Penulis

Berdasarkan analisis SWOT di atas, diketahui bahwa kelemahan dari SD

Negeri 2 Kutoharjo adalah kurangnya publikasi identitas sekolah kepada masyarakat sehingga perlu merancang identitas visual sebagai media promosi untuk pengenalan sekolah kepada masyarakat baik melalui media *online* maupun *offline*

Langkah utama dalam strategi *branding* ini adalah dengan menciptakan identitas visual berupa logo yang menjadi representasi dari motto pendidikannya. Logo merupakan salah satu bagian dari *brand identity*. Perancangan logo ini perlu dilakukan untuk menciptakan identitas visual yang konsisten dan menarik sehingga dapat memberikan fondasi visual yang jelas guna memperkuat *image* lembaga, membangun hubungan positif dengan siswa, orangtua dan masyarakat serta meningkatkan kepercayaan terhadap pendidikan yang disediakan oleh SD Negeri 2 Kutoharjo.

Dalam proses perancangannya, identitas visual berupa logo SD Negeri 2 Kutoharjo akan mengangkat aspek kebaruan berupa *originality* untuk menciptakan desain logo yang unik, segar dan berbeda melalui eksplorasi ide kreatif dan penggunaan simbol yang mewakili motto pendidikan.

Motto pendidikan pada dasarnya mewakili tujuan dan nilai yang ingin dicapai oleh lembaga pendidikan. Motto pendidikan yang terdefinisi dengan jelas akan mengarahkan pada tujuan yang terarah dan tepat sasaran. Salah satu perwujudan motto pendidikan dapat dilihat melalui logo sekolah.

Logo sekolah merupakan simbol yang mewakili identitas dan nilai-nilai lembaga pendidikan. Wujud motto pendidikan melalui logo yang merepresentasikan visual dari motto pendidikan, pengajaran, nilai, karakter unik sekolah, dan membantu menciptakan identitas dan citra positif lembaga pendidikan yang bersangkutan

Rumusan masalah dalam perancangan ini adalah bagaimana merancang identitas visual logo yang dapat memperkuat *brand image* SD Negeri 2 Kutoharjo. Tujuan perancangan ini adalah (1) untuk menciptakan identitas visual yang dapat memperkuat *brand image* SD Negeri 2 Kutoharjo, (2) menciptakan identitas lembaga yang mudah diingat oleh pemangku kepentingan seperti siswa, orang tua dan masyarakat

Perancangan ini diarahkan untuk menciptakan identitas visual pada salah satu Sekolah Dasar Negeri 2 Kutoharjo di Kecamatan Kaliwungu melalui logo dengan judul "Perancangan Logo menggunakan *7 Stage of a Creative Logo* Untuk Meningkatkan *Brand Image* SD Negeri 2 Kutoharjo".

Manfaat Perancangan

Adapun Manfaat yang diharapkan dari perancangan logo ini adalah (1) Bagi lembaga pendidikan adalah memperkuat identitas visual sekolah dasar sehingga dapat meningkatkan daya tarik sekolah, (2) Bagi dinas pendidikan adalah memudahkan identifikasi dan nilai-nilai sekolah dasar, (3) Bagi siswa adalah meningkatkan rasa kebanggaan siswa terhadap sekolahnya dan meningkatkan semangat belajar melalui motivasi yang tercermin dalam logo.

Kajian Literatur

Logo dapat diartikan sebagai sebuah simbol kekhasan dari identitas perusahaan, objek, publikasi, layanan orang atau ide (Adams, 2004). Logo dapat didefinisikan sebagai representasi grafis atau gambar yang memicu asosiasi memori tentang merek yang ditargetkan (Walsh, Winterich & Mittal, 2010). Pada umumnya, logo digunakan untuk mengidentifikasi perusahaan untuk mencapai tujuan, menciptakan hubungan yang cepat antara nama merek dan produk yang mudah dikenali, akrab, dan mampu

mewakili makna identitas visual yang ditargetkan serta membangkitkan pengaruh positif dengan kelompok sasaran (van Grinsven, 2016).

Ada 4 tipe logo yaitu *figuratif logos*, *typographic logos*, *combination marks* dan *abstract logos*. *Figuratif logos* adalah tipe logo yang digunakan untuk merepresentasikan organisasi. *Typographic logos* adalah logo yang menggabungkan nama perusahaan ke dalam bentuk tipografi tertentu, *combination marks* adalah tipe logo yang menggabungkan tanda grafis dan teks dan *abstract logos* adalah tipe logo yang tidak secara eksplisit mewakili nama perusahaan secara visual (Airey, 2009).

Dalam *website* 99 desain, Morr (2023) mengklasifikasikan logo menjadi tipe yaitu *Monogram (lettermark) logos*, *wordmark logos*, *pictorial mark logos*, *abstract logo marks*, *mascot logos*, *the combination mark* dan *the emblem*. *Monogram (lettermark) logos* adalah logo yang terdiri dari huruf yang biasanya berupa inisial merek. *Wordmark logos* adalah logo yang berbasis font yang berfokus pada nama bisnis saja. *Pictorial mark logos* adalah logo dalam bentuk ikon atau berbasis grafis. *Abstract logo marks* adalah logo yang dirancang dalam bentuk geometris abstrak. *Mascot logos* adalah logo yang melibatkan karakter bergambar. *The combination mark* adalah logo yang terdiri dari gabungan tanda kata dan tanda gambar dan *The emblem* adalah logo yang terdiri dari simbol atau ikon, lencana, segel dan lambang.

Identifikasi visual adalah kumpulan dari berbagai elemen (grafik musik, tipografi, dan sejenisnya) beserta pedoman penggunaannya yang didefenisikan dalam kesatuan identitas (Wrona, 2015). Identifikasi ini akan memberikan efek sinergi yang sama terhadap berbagai kegiatan lembaga

serta mewakili nilai dan komunikasi lembaga di lingkungan masyarakat.

Handerson dan Cote (1998) berpendapat bahwa semua jenis logo mengandung karakteristik desain yang berbeda dan karakteristik ini yang memengaruhi pemrosesan informasi yang akan mempengaruhi pengenalan lembaga itu sendiri. Dalam studi ini, Handerson dan Cote (1998) secara empiris meneliti efek dari 13 karakteristik desain yang berbeda yaitu aktivitas (*activity*), keseimbangan (*balance*), keterpaduan (*cohesiveness*), kompleksitas (*complexity*), kedalaman (*depth*), keawetan (*durableness*), keorganikan (*organicness*), kesejajaran (*parallelness*), proporsi (*proportion*), pengulangan (*repetition of elements*), representasi (*representativeness*), kesatuan (*roundness*), dan simetris (*symmetricity*).

TABLE 9
Summary of Design Guidelines

	Goals				Design Guidelines					
	Correct Recognition	False Recognition	Affect	Familiar Meaning	Natural	Harmony	Elaborate	Parallel	Proportion	Repetition
High Recognition Logos	Highly Desirable	Undesirable	Desirable	Desirable	High	Moderately High	Moderately High			Include Some
Low Investment Logos	Not Applicable	Highly Desirable	Highly Desirable	Useful but not Necessary	Moderate	High	Moderately High	Moderately High	Close to Golden Section	
High-Image Logos	Irrelevant	Irrelevant	Highly Desirable	Useful but not Necessary	Moderately High	High	High			
Poorly Designed Logos	Fails to Achieve	Fails to Achieve	Fails to Achieve	Fails to Achieve	Very Low	Low	Overly High			

Handerson dan Cote (1998)
Sumber: *Journal of Marketing*

Metode Perancangan Logo

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah 7 Stage in *Creating and Depeloment Logo* oleh Messaki (2021). Metode ini dituliskan melalui artikel dalam *website* Muzli dengan judul *Logo Design Process from Strat to Finish: The Principal Stage in Creating and Development a Logo*. Muzli adalah sebuah platform Agregator konten desain dan teknologi yang membantu desainer mencari inspirasi dan tren terbaru dalam industri desain. Muzli berperan mengumpulkan konten-konten bermanfaat dari berbagai platform sehingga desainer dapat melihat karya-karya terbaru dari pada profesional di Industri desain. Informasi Muzli *up to date* dengan

perkembangan dalam konteks desain. Oleh karena itu, metode ini digunakan untuk meningkatkan inovasi, keefektifan dan keefisienan perancangan logo saat ini.



Gambar: Tahapan Perancangan Logo
Sumber: Muzli

PEMBAHASAN

Pengembangan Konsep dan Strategi Kreatif

Pengembangan konsep perancangan di bagi menjadi dua elemen yaitu bagian Intelektual dan Visualisasi. Intelektual mencakup kesimpulan analisis dan konten ideologis. Visualisasi mencakup deskripsi verbal citra dan asosiasi visualisasi citra.



Gambar: Pengembangan Konsep
Sumber: Muzli

Langkah awal perancangan dilakukan dengan melakukan observasi dan survey untuk memperoleh sebanyak mungkin informasi tentang SD Negeri 2 Kutoharjo. Data tersebut akan dijadikan sebagai bahan analisis untuk mendukung konsep perancangan logo. Hasil analisis

ini nantinya akan memasuki tahap *brainstorming* untuk menemukan ide konsep perancangan yang kreatif, efektif dan menarik. Adapun tahapan Intelektual adalah sebagai berikut:

Brief

Dalam tahap ini akan dilakukan survei sederhana menggunakan Analisis 5W+1H untuk memperoleh informasi mendasar tentang profil SD Negeri 2 Kutoharjo. Penalaran logis tentang konsep desain yang ditanyakan kepada pihak dari lembaga. Mencakup informasi penting tentang tujuan, sasaran dan persyaratan.

Penelitian (Research)

Tahap ini akan menganalisis hasil survey terhadap SD Negeri 2 Kutoharjo. Hasil analisis dapat disimpulkan sebagai berikut:

- SD Negeri 2 Kutoharjo merupakan salah satu Sekolah Dasar Negeri di kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal, Jawa Tengah
- SD Negeri 2 Kutoharjo memiliki visi yaitu terwujudnya siswa yang religius, cendekia, terampil dan berwawasan lingkungan.
- Motto SD Negeri 2 Kutoharjo yaitu "CERDAS".
- "CERDAS" adalah singkatan dari Cendekia, Religius, Disiplin, Nasionalis dan Santun.
- Cendekia dideskripsikan sebagai sekolah dasar di mana peserta didiknya harus mampu berfikir seperti ilmuwan melalui metode pembelajaran yang menerapkan pendekatan logika induktif, deduktif dan abduksi.
- Religius dideskripsikan sebagai sekolah dasar yang mencetak peserta didik yang mencerminkan perilaku yang didasarkan nilai-nilai agama yang dianutnya.
- Disiplin dideskripsikan sebagai sekolah dasar di mana peserta

didiknya mempunyai manajemen waktu yang cerdas sehingga dapat bertindak tepat waktu.

- h. Nasionalis dideskripsikan di mana peserta didik harus mampu mengapresiasi simpati dan empati terhadap negara bangsa Indonesia sehingga terpupuk dalam sikap patriotisme bangga terhadap bangsa Indonesia.
- i. Santun Peserta didik harus memahami sikap yang santun dalam kehidupan sehari-hari.

Reference Konsep Logo

Referensi konsep dilakukan untuk menemukan inspirasi dan ide dengan membandingkan beberapa logo sekolah dasar serta sebagai upaya menghindari pelanggaran hak cipta atau plagiarisme.

a. Konsep Desain

Desain Logo SD Negeri 2 Kutoharjo dirancang dengan mempertimbangkan nilai dan tujuan dari motto pendidikannya. Desain logo ini akan memvisualisasikan nilai dan tujuan dalam bentuk simbolik serta menampilkan bentuk yang sederhana dan mudah diingat.

b. Konsep Komunikasi

Konsep komunikasi perancangan logo SD Negeri 2 Kutoharjo adalah berupa informasi nama sekolah dasar dan lokasinya. Grafis yang ditampilkan dalam logo mengkomunikasikan simbol dari pendidikan nasional yang didasarkan pada motto SD Negeri 2 Kutoharjo yaitu CERDAS (Cendekia, Religius, Disiplin, Nasionalis dan Santun)

c. Target Audience

Target Audience perancangan logo SD Negeri 2 Kutoharjo adalah (1) Secara Geografis masyarakat di wilayah Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal. (2) Secara demografis, orang tua yang memiliki anak di usia 6-7 tahun. Target market lembaga pendidikan Sekolah Dasar

adalah Usia 6-7 tahun, karena usia legal yang diperbolehkan oleh perundang-undangan bagi anak memasuki Sekolah Dasar.

Konsep Visualisasi dan Strategi Kreatif

Selanjutnya, tahap visualisasi yaitu penentuan visual logo berupa tipe logo, elemen grafis, warna dan tipografi.

a. Tipe Logo

Tipe logo yang akan dirancang adalah *the emblem* (lambang). Tipe logo ini cenderung memiliki tampilan tradisional sehingga memberikan dampak yang mencolok. Tipe ini sangat cocok untuk lembaga atau institusi.

b. Tipografi

Pemilihan tipografi yang tepat akan meningkatkan keterbacaan, meningkatkan daya tarik visual, mewakili identitas dan meningkatkan citra logo. Oleh karena itu, dalam perancangan ini digunakan *font* serif yaitu Franklin Gothic Heavy. *Font* ini memiliki karakter formal karena mencakup bobot yang lebih ringan namun padat. *Font* ini memiliki tampilan modern yang kuat dan minimalis.

c. Warna

1) Warna Logo Utama

Orange	Merah	Hijau
Hex : #f15a29	Hex : #ed1c24	Hex : #00a65
C : 0 %	C : 0 %	C : 100 %
M : 80 %	M : 100 %	M : 0 %
Y : 95 %	Y : 100 %	Y : 100 %
K : 0 %	K : 0 %	K : 0 %
R : 241	R : 237	R : 0
G : 90	G : 28	G : 166
B : 41	B : 36	B : 81
Biru Tua	Biru	Hitam
Hex : #2e3192	Hex : #00a6ef	Hex : #231f20
C : 100 %	C : 100 %	C : 0 %
M : 100 %	M : 0 %	M : 0 %
Y : 0 %	Y : 0 %	Y : 0 %
K : 0 %	K : 0 %	K : 100 %
R : 46	R : 0	R : 35
G : 49	G : 174	G : 31
B : 146	B : 239	B : 32

2) Warna Logo Hitam Putih

Hitam	■		
Hex : #231f2c		Hex : #ffffff	
C : 0 %		C : 0 %	
M : 0 %		M : 0 %	
Y : 0 %		Y : 0 %	
K : 100 %		K : 0 %	
R : 35		R : 255	
G : 31		G : 255	
B : 32		B : 255	



Gambar: Logo SD Negeri 2 Kutoharjo
Sumber: Dokumentasi penulis

Strategi Visual

Konsep visual logo didasarkan pada ideologi lembaga pendidikan mencakup isi pesan yang direalisasikan dalam bentuk visual. Perancangan logo SD Negeri 2 Kutoharjo dikembangkan dari ide perancangan yaitu Sekolah dasar yang memiliki motto CERDAS (Cendekia, Religius, Disiplin, Nasionalis dan Santun). Dalam proses visualisasinya, ikon dan simbol dikembangkan berdasarkan pemaknaan dari masing- masing kata.

Perancangan Logo

1. Membuat Sketsa dan alternatif desain logo. Sketsa logo pertama kali digambar secara manual di atas kertas kemudian di sosialisasikan untuk ditinjau oleh pihak lembaga pendidikan.
2. Mengerjakan versi digital yang dipilih. Sketsa yang dipilih akan dibuat ulang menggunakan format digital menggunakan Adobe Illustration. Menambahkan elemen dan warna pada desain. Kemudian melakukan pemosisian terhadap grafik, ukuran, dan pemilihan *font*.

Hasil Penelitian

Adapun hasil penelitian untuk ide dan konsep perancangan adalah menemukan ikon, indeks dan simbol yang memiliki makna pesan yang sesuai dengan motto SD Negeri 2 Kutoharjo.

Adapun deskripsi konsep logo di atas adalah sebagai berikut:

1. Teks berupa "SD Negeri 2 Kutoharjo" yang menjadi indeksikal dari nama lembaga pendidikan
2. Teks berupa "Kaliwungu" yang merupakan indeksikal dari nama wilayah tempat berdirinya bangunan SD negeri 2 Kutoharjo
3. Toga merupakan simbol pengakuan dan pencapaian yang mewakili siswa cendekia yang telah mencapai keberhasilan dalam pendidikan
4. Tubuh ditampilkan membentuk pena yang tertancap pada buku dan bintang, mewakili pembentukan karakter siswa yang menggunakan pengetahuannya untuk menyinari (memberikan manfaat dan menginspirasi) masyarakat
5. Bintang berwarna jingga, mewakili ikon dan simbol dari kreatifitas, kebahagiaan, kebebasan dan percaya diri. Bintang berwarna jingga mewakili manfaat dan inspirasi.
6. Timbangan berwarna hijau ditempatkan di dalam pena. Warna hijau simbol pertumbuhan kreatifitas dan kesuksesan, bentuk ini mewakili pembelajaran yang berbasis pendidikan religius daam mengembangkan karakter siswa.
7. Padi warna hijau dan jingga membentuk lingkaran yang mewakili kesinambungan.
8. Padi memiliki filosofi semakin berisi semakin merunduk. Melambangkan siswa unggul yang terus belajar dan rendah hati, serta tidak akan menunjukkan kepintarannya dihadapan

orang lain, namun tetap bersikap tenang, berperilaku baik serta menjauhi sikap sombong. Warna hijau dan orang mewakili keseimbangan antara keagamaan dan kreatifitas dalam pendidikan.

9. Bendera melambangkan semangat nasionalisme
10. Segi lima merujuk pada 5 sila dalam pancasila sebagai ideologi bangsa dan negara, dimaksudkan untuk pendidikan yang dibangun berlandaskan pada ideologi bangsa dan negara indonesia.

Presentation

Presentasi akhir adalah menempatkan logo pada produk dalam dokumen dan komunikasi iklan dan lain-lain. Versi yang disetujui diberikan dalam berbagai format baik EPS, JPEG dan TIF untuk berbagai media. Logo juga dibuat versi hitam putih.



Gambar: Logo Versi Hitam Putih
Sumber: Dokumentasi Penulis

File logo yang sudah selesai akan dikirimkan ke lembaga pendidikan yang nantinya akan diimplementasikan dalam produk berupa dokumen dan media promosi SD Negeri 2 Kutoharjo. Adapun aturan tentang logo, warna, elemen grafis, layout, tipografi, gambar dan contoh implementasinya di informasikan dalam buku *Graphic Standart Manual*.

Berikut implementasi logo pada beberapa media desain:

- a. Kartu Nama dan Dokumen



- b. Topi Olahraga Guru



- c. X Banner



PENUTUP

Perancangan logo SD Negeri 2 Kutoharjo mencerminkan identitas dan nilai-nilai yang dianutnya. Identitas dan nilai ini tercermin melalui motto CERDAS (Cendekia, Religius, Disiplin, Nasionalis dan Santun). Logo ini diharapkan menjadi perwujudan visual identitas SD Negeri 2 Kutoharjo yang mudah diingat oleh siswa, orang tua, guru dan staf sekolah.

KEPUSTAKAAN

Adam, S., Marioka, N., & Stone, T. (2004). *Logo Design Workbook: A Hands-On Guide to Creating Logos*. Rockport.

van Grinsven, B. (2016). *Logo Design and Logo Change: Experimental Tests of Consumer Responses* [PhD-Thesis - Research and graduation internal, Vrije Universiteit Amsterdam]. <https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/21117978/complete+dissertation.pdf>

Walsh, M. F., Winterich, K. P., & Mittal, V. (2011). How Re-Designing Angular Logos to Be Rounded Shapes Brand Attitude: Consumer Brand Commitment and Self-Construct. *Journal Of Consumer Marketing*, 26(6), 438–447.

Airey, D. (2010). *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. Peachpit.

Wrona, K. (2015). Visual Identity and Rebranding. *MINIB*, 16(2), 91–119.

Henderson, P. W. & Cote, J. A. (1998). Guidelines For Selecting or Modifying Logos. *Journal of Marketing*, 62, 14-30.

Messaki, E. (2021). *Logo Design Process from Strat to Finish: The Principal Stage in Creating and Depelopment a Logo*. Muzli.

Halaman ini sengaja dikosongkan