

KAJIAN VISUALISASI LOGO SEKOLAH MENENGAH ATAS DI TANGERANG SELATAN

Mohammad Rizaldi¹
Edina Margaret²
Triden³

Abstrak: Visual logo merupakan salah satu wajah atau identitas sebuah perusahaan ketika mereka berada ditengah-tengah masyarakat, visual logo mewakili dari adanya identitas setiap perusahaan, logo memiliki peran penting dalam menunjang setiap bisnis atau usaha dari tiap perusahaan, dan visual logo mampu memberikan dampak atau pengasosiasian bagi setiap orang yang melihatnya. Perkembangan zaman mempengaruhi beberapa aspek mengenai perkembangan visual dari berbagai jenis identitas visual yakni berupa logo dari sebuah institusi pendidikan atau Sekolah. Salah satu perkembangan yang terjadi adalah ditemukan adanya sebuah perubahan pada *trend* dari visual sebuah logo yang diterapkan pada tiap sekolah, banyak visual logo pada sekolah khususnya di Tangerang Selatan masih menggunakan pendekatan-pendekatan tradisional, yang dimana pendekatan-pendekatan tersebut lebih mengkomunikasikan sebuah makna yang dapat diperlihatkan secara simbolis melalui visual logo yang memiliki pengasosiasian makna dari simbol yang sudah ada di tengah-tengah masyarakat dan mudah untuk dipahami. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu mengenai elemen-elemen visual yang sering digunakan oleh pihak sekolah sebagai bahan pertimbangan mereka ketika proses perancangan visual logo.

Keywords: visual logo, identitas visual, institusi pendidikan, Sekolah Menengah Atas

¹Mohammad Rizaldi adalah Staf Pengajar pada Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara (UMN), Tangerang.

e-mail : rizaldi@umn.ac.id

²Edina Margaret & ³Triden adalah Alumnus Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara (UMN), Tangerang.

e-mail Edina: edina.margaret@hotmail.com

e-mail Triden: tridentan@yahoo.com

Pendahuluan

Dalam merancang sebuah *brand*, visual logo bukanlah hal utama dalam perancangan tersebut, namun perancangan visual logo pada sebuah *brand* menjadi salah satu faktor penting dalam menunjang bisnis suatu perusahaan, apabila sebuah *brand* mampu memberikan hal yang positif bagi para penggunanya maka mereka akan menilai dengan baik akan hal tersebut dan sebaliknya, mereka akan merekam hal tersebut didalam benak mereka dan ketika proses perekaman tersebut terjadi maka akan ada banyak sekali informasi atau pengetahuan dari tiap individu dalam menilai *brand* tersebut salah satunya ialah visual logo dari sebuah perusahaan. Namun terdapat sebuah fenomena yang terjadi pada sebuah visual logo khususnya pada institusi pendidikan atau Sekolah Menengah Atas yang dimana penulis mendapati data berdasarkan hasil wawancara penulis dengan para orang tua yang memiliki anak usia sekolah pada tanggal 12 Maret 2014 yang dimana penulis mendapati adanya fenomena bahwa sebuah nama atau reputasi dari sebuah Sekolah Menengah Atas dapat menutup dari visual logo dari tiap sekolah, masyarakat cenderung lebih ingat terhadap nama dari suatu sekolah dibandingkan dengan visual dari sekolah tersebut, namun tidak menutup kemungkinan bahwa visual logo mampu mewakili sebuah

identitas dari Sekolah Menengah Atas.

Pendekatan visual yang dilakukan oleh tiap sekolah tersebut tidaklah salah, namun hal tersebut cenderung membuat masyarakat menjadi lebih ingat terhadap reputasi atau nama dari sebuah sekolah dari pada visual logo dari sekolah tersebut yang dimana dapat dilihat bahwa visual dari logo sekolah menjadi terlihat sangat rumit dan menjadi tidak mudah untuk diingat. Penulis melihat bahwa visual logo dalam bidang pendidikan cenderung kurang diperhatikan sehingga hal tersebut membuat masyarakat menjadi lebih *aware* terhadap nama & reputasi dari sebuah sekolah dari pada wajah atau visual dari sekolah tersebut.

Apabila dikaitkan berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis pada tanggal 18 Maret 2014 di beberapa Sekolah Menengah Atas di kawasan Tangerang Selatan kepada kurang lebih 100 responden staff pengajar sekolah, dapat dilihat bahwa adanya sebuah fenomena dimana visual logo sekolah yang dirancang dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang kurang kuat atau bisa dibilang seadanya dan juga ditemukan adanya hal-hal seperti target market dan segmentasi pasar yang kurang diperhatikan, hal tersebut merupakan suatu permasalahan yang berada pada setiap Sekolah Menengah Atas dalam memikirkan atau mem-

pertimbangkan aspek visual logo pada tiap perusahaan mereka khususnya untuk institusi pendidikan atau sekolah.

Sekolah adalah sebuah bisnis dalam bidang pendidikan yang bersifat jangka panjang, yang dimana hal tersebut membutuhkan adanya sebuah tingkat profesionalitas dalam proses perancangan sebuah *brand* dan visual logo yang mewakili dari setiap institusi pendidikan tersebut. Sekolah Menengah Atas di kawasan Tangerang Selatan memiliki beragam visual logo yang mewakili identitas sekolah mereka, namun sayangnya banyak di antara beberapa sekolah tersebut tidak memiliki pengetahuan mendalam mengenai visual logo dari sekolah mereka, berdasarkan hasil wawancara penulis terhadap staff pengajar dan kepala sekolah di beberapa Sekolah Menengah Atas di kawasan Tangerang Selatan pada tanggal 18 Maret 2014, penulis menemukan adanya kekurangan pengetahuan dari pihak sekolah mengenai konsep, makna, filosofi, esensi, ataupun pengetahuan mereka terhadap rancangan visual logo bagi sekolah mereka, pihak sekolah cenderung menjelaskan konsep atau makna dari sekolah mereka secara singkat dan dangkal, hal tersebut penulis lihat sebagai suatu fenomena yang terjadi khususnya pada visual logo bagi institusi pendidikan atau sekolah, selain itu dengan adanya fenomena tersebut penulis

menambahkan adanya sebuah ketidaksesuaian dari setiap Sekolah Menengah Atas dalam mengkomunikasikan pesannya, banyak dari sekolah tersebut memiliki target pasar dan segmentasi pasar mereka yang tidak sesuai dengan visual logo dari sekolah tersebut, namun tidak menutup kemungkinan terdapat beberapa sekolah yang sudah mulai memperhatikan hal tersebut.

Berdasarkan fenomena di atas penulis tertarik untuk mengetahui dan menelusuri lebih dalam mengenai fenomena visual logo Sekolah Menengah Atas yang berkaitan dengan target dan segmentasi pasarnya dan juga simbol-simbol atau artefak visual yang digunakan oleh mereka dalam visual logo sekolah mereka.

Penulis akan menggunakan beberapa teori mengenai visual logo menurut Surianto Rustan yang menyinggung mengenai proses perancangan visual logo dengan pembahasan mengenai seputar visualisasi logo dan ditambah dengan teori semiotika yang membahas mengenai suatu tanda yang ada pada visual logo Sekolah Menengah Atas, serta akan ditambahkan kembali dengan adanya beberapa teori-teori perancangan visual logo yang berkaitan dengan fenomena yang telah diungkapkan di atas seperti teori bentuk dan warna.

Teori Semiotika

Menurut Drs. Alex Sobur, dalam buku karangannya berjudul *Semiotika Komunikasi* (2013, hal; 16-17) Kata “semiotika” berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” atau *seme* yang berarti “penafsir tanda”. Tanda-tanda itu hanya memiliki sebuah arti (*significant*) dalam kaitannya dengan pembacanya. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signifie*) sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa pada tiap individu yang menafsirkan tanda-tanda tersebut. Selain itu semiotika merupakan suatu ilmu yang menyelidiki berbagai bentuk komunikasi yang terjadi kepada setiap individu dengan tanda-tanda dan sebuah paham atau teori yang mempelajari bagaimana manusia memaknai suatu hal-hal, kata memaknai disini berarti bahwa suatu objek tidak hanya membawa suatu informasi melainkan dapat mengkonstitusi suatu sistem terstruktur dari tanda

Dalam buku *Semiotika Komunikasi* tersebut adanya pernyataan menurut Charles Sanders Peirce yang menyatakan bahwa konsep tentang tanda tidak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun, sejauh terkait dengan pikiran manusia, seluruhnya terdiri atas tanda-tanda karena, jika tidak begitu maka manusia tidak akan bisa menjalin

hubungannya dengan realitas. Menurut beliau terdapat sesuatu yang digunakan agar sebuah tanda dapat berfungsi dan beliau membagi hal tersebut kedalam hubungan triadik yakni *ground*, *object*, dan *interpretant*. Kemudian dalam hubungan tersebut dapat dipecahkan kembali menjadi bagian-bagian kecil, pada elemen *ground* terbagi menjadi;

a. *Qualisign*

Qualisign adalah mengenai kualitas ataupun intensitas yang ada pada suatu tanda, misalnya seperti kata-kata kasar, keras, lemah, dan lembut.

b. *Sinsign*

Sinsign adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada suatu tanda, misalnya seperti kata kabur atau keruh yang ada pada urutan kata air sungai keruh yang menandakan ada hujan di hulu sungai.

c. *Legisign*

Legisign adalah norma yang dikandung oleh tanda, misalnya seperti rambu lalu lintas yang menandakan hal-hal yang boleh atau tidak boleh dilakukan oleh manusia.

Kemudian pada elemen selanjutnya adalah elemen *object*, yang dimana beliau membagi tanda terdiri dari;

a. *Icon*

Icon adalah tanda yang menghubungkan antara penanda dan petandanya yang bersifat bersamaan atau tanda dan objek memiliki sifat kemiripan.

b. Indeks

Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah atau memiliki sifat sebab-akibat. Misalnya seperti ada sebuah asap berarti menandakan adanya sebuah api.

c. *Symbol*

Symbol adalah hubungan yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dan petandanya yang bersifat arbiter atau semena.

Kemudian pada elemen selanjutnya adalah elemen interpretant, yang dimana beliau membagi tanda terdiri dari;

a. *Rheme*

Rheme adalah tanda yang memungkinkan bagi tiap individu menafsirkan berdasarkan pilihan. Misalnya orang yang matanya merah dapat saja menandakan bahwa orang itu baru menangis atau terkena asap.

b. *Dicent sign*

Dicent sign adalah tanda sesuai dengan realita. Misalnya apabila terdapat jalanan yang menanjak tinggi maka akan terdapat sebuah tanda disepanjang jalan tersebut yang mengindikasikan

adanya tanjakan.

c. *Argument*

Argument adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu. Misalnya seperti seseorang berkata “gelap.” Orang itu berkata gelap sebab ia menilai ruangan itu pantas dikatakan gelap, dengan demikian argumen tersebut merupakan tanda yang berisi alasan mengapa seseorang mengatakan begitu. Tentu saja penilaian seseorang tersebut mengandung adanya suatu fakta atau kebenaran.

Kemudian dalam buku tersebut terdapat sebuah teori menurut Ferdinand De Saussure yang menjelaskan mengenai teori signified & signifier, signifier (penanda) adalah tanda yang muncul pada suatu gambar atau gambaran mental, pikiran dan konsep. Signified (petanda) adalah suatu makna daripada suatu gambaran mental, pikiran dan konsep. Penanda dan petanda merupakan dua unsur yang tidak dapat dipisahkan dan saling berhubungan satu sama lainnya sama seperti halnya 2 sisi kertas. Penanda dan petanda memiliki hubungan (*relation*) yang dimana sebuah kata hanya dapat bermakna dalam konteks relasinya, kemudian penanda dan petanda memiliki perbedaan (*difference*) yang dimana makna sebuah kata memiliki perbedaan makna dengan kata-kata lainnya.

Teori Logo

Logo menurut Surianto Rustan dalam buku karangannya “Mendesain Logo” (2009, hal; 12-13) memaparkan bahwa logo berasal dari bahasa Yunani, logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, dan akal budi. Pada awalnya logo muncul pada awal abad ke-18 yang diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan tehnik yang memakai jenis huruf tertentu. Seriring dengan perkembangan zaman, orang-orang membuat logo semakin unik dan berkembang. Mereka mengolah huruf tersebut dengan menambahkan elemen gambar dan bahkan memadukan unsur tulisan dengan gambar yang dibaur menjadi satu, logo memiliki beberapa fungsi yaitu;

1. Logo digunakan sebagai identitas diri yang bertujuan untuk membedakan antara identitas miliknya dengan milik orang lain.
2. Logo digunakan sebagai tanda kepemilikan yang bertujuan untuk membedakan antara satu produk dengan produk lainnya.
3. Logo digunakan sebagai tanda jaminan kualitas
4. Logo berperan dalam mencegah upaya pembajakan ataupun peniruan suatu produk.

Selain itu pada buku tersebut terdapat suatu pembahasan mengenai logo dengan sektor industri (hal; 28-29), yang menyatakan bahwa apakah penampilan logo dengan industri perusahaannya harus selalu memiliki kecenderungan yang sama?, kemudian diperkuat kembali dengan adanya pernyataan oleh Eka Sofyan Rizal pada majalah desain grafis versus yang memaparkan bahwa “logo tidak harus menggambarkan ruang lingkup usahanya, tetapi logo harus dapat menggambarkan karakter entitas – bahwa setiap entitas itu adalah unik dan seharusnya tidak sama dengan yang lain”, dalam pembahasan ini membahas mengenai sebuah visual logo yang dapat dirancang dengan baik mampu memiliki suatu penampilan yang tidak harus selalu sesuai dengan lingkup usahanya, dan apabila suatu logo memiliki kesamaan lingkup usaha dengan logo yang lainnya maka akan menimbulkan suatu kesamaan dan tidak ada perbedaan antara identitas yang satu dengan yang lainnya.

Kemudian terdapat suatu pembahasan mengenai *trend* logo pada buku tersebut (hal; 134-135) yang memaparkan bahwa pada abad ke-18 logo berupa karya seni ilustrasi yang sangat bertumpu pada keterampilan melukis seorang seniman, dan karena logo pada masa itu dibuat secara manual maka akan sangat sulit sekali menjaga konsisten-

si visualnya baik itu dalam hal bentuk, ukuran dan warna yang diterapkan kepada produk yang bersangkutan, hal ini terjadi hingga awal abad ke-19 yang dimana para pemilik usaha percaya bahwa ilustrasi merupakan hal yang mampu mendongkrak produk penjualan mereka. Apabila teori ini dikaitkan beberapa visual logo Sekolah Menengah Atas di kawasan Tangerang Selatan maka kita akan menemui beberapa visual logo sekolah yang masih menggunakan pendekatan-pendekatan tradisional yang dimana pendekatan tersebut memiliki kelemahan-kelemahan seperti yang sudah diungkapkan diatas, namun selain itu tidak menutup kemungkinan bahwa sekolah dikawasan tersebut sudah mulai memikirkan pendekatan-pendekatan yang lebih modern.

Teori Identitas Visual

Menurut Rustan (2009, hal 54-55) proses pembentukan identitas visual perlu adanya sebuah tingkat konsistensi yang tinggi dalam penerapan visual logo kedalam berbagai media, penerapan yang konsisten mampu meningkatkan *brand awareness* di benak masyarakat, sehingga masyarakat menjadi percaya untuk membeli produknya dan masyarakat mampu memilah mana yang produk kepercayaan mereka dengan mana yang bukan. Identitas visual menjadi

sangat penting bagi suatu perusahaan karena identitas visual mampu membentuk suatu pola pikir atau penilaian baru bagi suatu perusahaan, bayangkan apabila identitas suatu perusahaan tidak memiliki tingkat konsistensi yang cukup tinggi?. Dengan adanya pembahasan tersebut apabila dikaitkan dengan fenomena yang penulis dapati dilapangan mengenai identitas visual suatu Sekolah Menengah Atas maka akan dapat ditemui banyak sekali dari pihak sekolah yang tidak memikirkan permasalahan ini, namun terdapat beberapa identitas visual dari beberapa sekolah yang sudah memikirkan tingkat kekonsistensian dalam mengkomunikasikan pesan mereka kepada masyarakat.

Kemudian teori ini diperkuat kembali dengan adanya pernyataan Menurut Wheeler (2011, hal 52) mengatakan bahwa pengenalan suatu *brand* kepada masyarakat difasilitasi dengan adanya identitas visual yang dimana hal tersebut mampu membuat mereka dapat mengingat dengan mudah sebuah *brand*. Identitas visual mampu memicu persepsi masyarakat dan mampu membuat masyarakat dengan mudah mengasosiasikan *brand* tersebut terhadap sesuatu berdasarkan pandangan mereka, selain itu Identitas visual berperan penting dalam proses pembangunan atau pembentukan

persepsi dan pengetahuan mereka yang dimana hal tersebut mampu memberikan sebuah wawasan atau pengetahuan yang bernilai terhadap sebuah *brand*.

Teori Bentuk

Untuk mengkaji elemen-elemen visual yang sering muncul pada suatu logo Sekolah Menengah Atas dikawasan Tangerang Selatan maka perlu adanya suatu teori yang membahas mengenai karakteristik bentuk/*form*, menurut Rustan (2009) mengatakan bahwa untuk menentukan bentuk logo yang sesuai dengan konsep dan kepribadian entitasnya maka desainer dianjurkan untuk mempelajari hubungan antara bentuk-bentuk dasar dan sifat yang terkandung di dalamnya. Beberapa bentuk dasar diawali dari adanya hubungan mengenai arah garis dan sifatnya.

a. Garis Horizontal

Garis horisontal/mendatar sering ditafsir sebagai bentuk yang memiliki arti pasif, statis, tenang, rasional, formal, dasar, dataran, negatif, dan pembatalan ataupun larangan.

b. Garis Vertikal

Garis vertikal atau tegak diartikan sebagai garis yang bermakna aktif, tinggi, agung, megah, angkuh, spiritual, kesatuan, tunggal, kepemilikan, kekuatan, absolut, dan terkemuka atau independen.

c. Garis miring

Garis miring memiliki makna sebagai garis yang dinamis, bergerak, mengarah, informal, tidak stabil, perkembangan, larangan, serta pembatalan.

Kemudian terdapat suatu hubungan dari bentuk dasar dan sifatnya yang dibagi menjadi;

a. Bentuk lingkaran

Bentuk ini sering diasumsikan sebagai bentuk yang bersifat dinamis, adanya pergerakan, berulang, tak terputus, abadi, berkualitas, dapat diandalkan, sempurna, kehidupan, dan alam semesta.

b. Bentuk segi empat

Bentuk segi empat sering diartikan sebagai bentuk yang stabil, diam, kokoh, teguh, rasional, fondasi, formal, sempurna, jujur, kesatuan, integritas, dan kejujuran.

c. Bentuk segi tiga

Bentuk ini sering diasosiasikan sebagai bentuk yang stabil, diam, kokoh, megah, rasional, spiritual, tritunggal, api, kekuatan, gunung, harapan, terarah, proses, suci, sukses, sejahtera dan keamanan.

Selain itu terdapat beberapa fakta yang mendukung mengenai teori dari bentuk dalam buku ini yang dima-

na menyatakan bahwa terdapat suatu penelitian di bidang psikologi yang telah membuktikan bahwa ada dua tahap yang dilakukan otak dalam proses mengenali suatu objek; 1. *Categorization*, 2. *Identification*. Pertama otak akan mengkategorikan objeknya terlebih dahulu, contohnya 'burung', selanjutnya kata burung mulai diidentifikasi lebih spesifik sebagai 'elang' atau 'merpati'.

Teori Warna

Penulis menggunakan teori warna untuk mengkaji adanya kesamaan warna yang digunakan oleh pihak sekolah dalam mengkomunikasikan identitas mereka, penulis menggunakan teori warna menurut W.A, Darmaprawira, Sulasmi yang berjudul *Warna, teori dan kreativitas penggunaannya* (2002). Dalam buku tersebut (hal. 45-47) penulis menemukan adanya teori yang membahas warna yang memiliki nilai perlambangan secara umum, dan warna tersebut dijabarkan sebagai berikut;

a. Warna merah

Warna merah didefinisikan sebagai warna terkuat dan paling menarik perhatian, warna ini bersifat agresif dan salah satu lambang dari primitif. Warna ini sering kali diasosiasikan sebagai darah, marah, berani, seks, bahaya, kekuatan, kejantanan, cinta, kasih, dan keba-

hagiaan.

b. Warna ungu

Warna ungu memiliki karakteristik sebagai warna yang sejuk, negatif, mundur, agresif, murung dan menyerah. Selain itu warna ini juga melambangkan dukacita, kontempatif, suci, dan lambang agama.

c. Warna biru

Warna biru adalah warna yang berkarakteristik sejuk, pasif, tenang, dan damai, selain itu warna biru adalah warna yang melambangkan kesucian harapan, dan kedamaian.

d. Warna hijau

Warna hijau melambangkan adanya perenungan, kepercayaan (agama) dan keabadian. Dalam penggunaan biasa warna hijau diungkapkan sebagai warna kesegaran, mentah, muda, belum dewasa, pertumbuhan, kehidupan, dan harapan serta kesuburan.

e. Warna kuning

Warna kuning sering dilambangkan sebagai warna yang bersifat hangat dan warna yang melambangkan kesenangan dan keceriaan. Selain itu warna kuning dapat dilambangkan juga sebagai lambang dari intelektualitas.

f. Warna putih

Warna putih adalah warna yang ber-

karakter positif, merangsang, cemerlang, ringan dan sederhana. Putih melambangkan kesucian, polos, jujur, dan murni.

Metodologi

Penulis menggunakan metode wawancara, observasi, dan telusur pustaka dalam penelitian ini.

a. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada para staff pengajar, serta kepada Kepala Sekolah untuk mencari tahu mengenai arti dan makna mengenai visualisasi logo sekolah mereka, dan wawancara ini digunakan juga untuk mencari tahu mengenai target pasar mereka serta cara mereka dalam mengkomunikasikan sekolah mereka dan juga mencari tahu mengenai arti pada masing-masing elemen yang digunakan oleh pihak sekolah pada visualisasi logo mereka. Wawancara akan dilakukan ke lima Sekolah Menengah Atas yang terpilih oleh penulis dan yang memiliki target pasar bagi masyarakat golongan ekonomi kelas menengah keatas di kawasan Tangerang Selatan yang memiliki kesamaan terhadap elemen-elemen visual logo dari sekolah mereka. Ketika proses wawancara berlangsung penulis sering menemui adanya konsep visualisasi logo sekolah yang dipaparkan seadanya dan kurang detail ketika pihak sekolah menjabarkan mengenai arti dan makna dari visualisasi

logo mereka, namun terdapat beberapa sekolah yang dimana ketika penulis menanyakan hal yang sama kepada mereka, mereka cenderung kurang paham dan mengetahui unsur-unsur penting yang ada pada visual logo mereka, mereka hanya dapat menjelaskan garis besar dari visual logo mereka. berdasarkan fenomena tersebut penulis melihat bahwa banyak sekolah khususnya Sekolah Menengah Atas kurang memperhatikan identitas diri mereka dan cenderung menomorduakan hal tersebut.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan lapangan dilakukan pada lebih dari sepuluh Sekolah Menengah Atas untuk dikategorikan menjadi sekolah yang sesuai dengan topik penelitian penulis. Proses pengamatan lapangan ini mempertimbangkan adanya kesamaan elemen-elemen visual, dan target pasarnya. Ketika proses ini berlangsung penulis sering menemukan adanya beberapa Sekolah Menengah Atas di Tangerang Selatan yang tidak sesuai dengan target pasarnya, salah satu contohnya adalah SMA Taruna Mandiri, mereka mengaku bahwa sekolah mereka membidik target pasar untuk golongan masyarakat ekonomi kelas menengah atas, namun apabila dilihat dari identitas visual dan media promosinya, sekolah ini tidak sesuai dengan target pasarnya dan lebih cend-

erung ingin mengkomunikasikan produk/jasanya kepada masyarakat golongan ekonomi kelas menengah-bawah. Fenomena ini tidak hanya terjadi pada sekolah ini, ketika penulis melakukan observasi mengenai media promosi dan identitas visual pada beberapa sekolah lainnya penulis sering menemukan adanya penempatan media promosi yang tidak sesuai dengan target pasarnya,

kemudian identitas visual sekolah yang cenderung tidak konsisten dan tidak sesuai dengan visualisasi dari logo mereka.

c. Telusur Pustaka

Dari teori yang telah diungkapkan oleh penulis, maka penulis akan menggunakan teori menurut Ferdinand De Saussure yang membahas mengenai *signifier & signified*, teori ini penulis

Tabel 1. Perbandingan visual logo SMA-SMA di Tangerang

	Nama Sekolah	<i>Signifier</i> Penanda	<i>Signified</i> Petanda
	SMA Stella Marris <i>Kencana Loka, Bumi Serpong Damai, Jl. Artha Kencana Kav. C1 No.1 Sektor XII</i>	1. Perisai 2. Salib 3. Bintang / Matahari 4. Ombak 5. Buku 6. Lembar kertas / <i>Scroll</i> 7. <i>Educare in caritatem</i>	1. Pelindung 2. Religi (Nasrani) 3. Pemilik Alam Semesta (Ketuhanan) 4. Kehidupan 5. Ilmu Pengetahuan / kitab suci 6. Historis 7. Edukasi dengan kasih
	SMA Santa Ursula <i>Jl. Letnan Sutopo Sektor I.2 Bumi Serpong Damai</i>	1. Perisai 2. Salib 3. Bintang 4. Lembar kertas / <i>Scroll</i> 5. <i>Serviam</i> 6. Teks	1. Pelindung 2. Religi (Nasrani) 3. Pemilik Alam Semesta (Ketuhanan) 4. Historis 5. Berbagi / <i>Sharing</i> 6. Teks
	SMA BINUS School Serpong <i>Jl. Lengkong Karya - Jelupang No. 58, Lengkong Karya, Serpong</i>	1. Mahkota Daun 2. Perisai 3. Logo BINUS 4. Lembar Kertas / <i>Scroll</i>	1. Pemenang/bangsawan 2. Pelindung 3. Logo Institusi 4. Historis
	SMA Al - Azhar BSD <i>Jl. Puspita Loka, Sektor 3, 2, Bumi Serpong Damai</i>	1. Bulan Sabit & Bintang 2. Garis 3. Kubah	1. Simbol Islami 2. Langkah - Langkah 3. Masjid / Islami
	SMAK Ora Et Labora <i>Jl. Anggrek Loka Sektor II. 1 BSD, Banten</i>	1. Salib 2. Buku 3. Lilin 4. Perisai 5. Lingkaran 6. Teks	1. Religi (Nasrani) 2. Pengetahuan / Injil 3. Penerang 4. Pelindung 5. Kesempurnaan 6. Teks

gunakan untuk menjelaskan beberapa visual logo Sekolah Menengah Atas di kawasan Tangerang Selatan dengan target pasar masyarakat golongan ekonomi kelas menengah atas, selain itu teori ini menjadi sangat akurat dan relevan dengan kajian yang penulis lakukan, teori ini dapat memberikan beberapa gambaran sederhana mengenai visualisasi logo sekolah. Kajian dibuat dengan didasari oleh teori dari Ferdinand De Saussure, dapat dilihat pada Tabel 1.

Temuan

Berdasarkan analisa data literatur dan data lapangan, dari fenomena ini terdapat beberapa hal yang menjadi temuan penulis, yaitu adanya kesamaan bentuk, warna, dan elemen visual lainnya pada visual logo yang telah penulis uraikan pada bab IV. Apabila dilihat kembali pada bab IV maka akan terdapat persamaan-persamaan, berikut ini penulis akan menjabarkan persamaan-persamaan yang digunakan oleh beberapa sekolah;

a. Persamaan Bentuk

Pada tabel yang penulis telah buat pada bab IV dapat dilihat bahwa adanya bentuk salib pada sekolah yang beragama nasrani, bentuk salib ini digunakan sebagai salah satu ciri atau identitas diri mereka dalam mengkomunikasikan produk/jasanya kepada mas-

asyarakat. Dengan adanya bentuk tersebut maka secara langsung masyarakat dapat langsung mengelompokkan sekolah beragama khususnya agama nasrani.

Kemudian terdapat kesamaan bentuk perisai pada visualisasi logo sekolah pada tabel diatas, bentuk perisai cenderung digunakan oleh mereka sebagai identitas mereka, berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah satu kepala sekolah dari sekolah BINUS International School Serpong Ibu. Sherrierrose Garcia Gonzales, beliau memaparkan bahwa bentuk perisai memiliki makna sebagai bentuk yang mampu melindungi dan memberikan rasa aman bagi para orang tua maupun kepada para muridnya, sekolah menjadi salah satu tempat atau rumah kedua bagi para siswanya dan sekolah haruslah menjadi tempat yang aman dan nyaman dalam membina dan mendidik para muridnya menjadi pribadi yang dapat dibanggakan oleh orang tua maupun orang disekitarnya.

Selain itu adanya kesamaan bentuk seperti lembaran kertas atau scroll yang dimana dapat dilihat dari beberapa visual logo sekolah yang penulis dapatkan, menurut Ibu Sherrierrose Garcia Gonzales bentuk tersebut dapat dikaitkan ke dalam historis atau sejarah dari perkembangan pendidikan yang dimana ingin memberikan sebuah pesan bahwa

pendidikan sudah ada sejak zaman dahulu, dan lembaran kertas atau scroll yang memanjang tersebut merupakan salah satu media bagi para pelajar pada zaman itu untuk digunakan dalam mencatat atau menulis pelajaran yang diberikan oleh para staff pengajarnya sebelum adanya buku seperti saat ini.

Kemudian adanya kesamaan bentuk seperti adanya bentuk bintang pada sekolah-sekolah nasrani yang dimana bentuk tersebut diartikan sebagai bentuk yang membawa pesan mengenai ketuhanan atau blessing atau cahaya, bintang dimaknai sebagai bentuk yang suci yang menyinari kehidupan didunia ini dari kegelapan, dan bintang memiliki hubungan yang kuat dengan agama baik itu dalam agama nasrani maupun islam, dan banyak dari visualisasi logo sekolah yang beragama menggunakan elemen visual bentuk bintang sebagai salah satu petanda yang menandai hal tersebut.

b. **Persamaan warna**

Adapun persamaan warna yang penulis dapati pada visual logo yang penulis kaji pada bab IV, persamaan warna pada SMA Al-Azhar BSD, SMA BINUS International School, dan SMA Santa Ursula yang dapat penulis jabarkan didasari dari adanya teori yang penulis gunakan dalam buku karangan W.A, Darmaprawira, Sulasmi yang berjudul *Warna, teori, dan kreativitas peng-*

gunaanya, berdasarkan dari pengkajian penulis, penulis mendapati adanya warna hijau yang digunakan dalam visualisasi logo dari ketiga sekolah tersebut, menurut W.A, Darmaprawira, Sulasmi (2002, hal. 46) beliau menjelaskan bahwa warna hijau adalah warna yang memiliki kedudukan sosial yang tinggi, kepercayaan (agama), dan keabadian.

Kemudian apabila dilihat kembali pada pengkajian yang penulis telah buat, dapat dilihat bahwa adanya warna kuning pada bentuk salib di SMAK Ora Et Labora dan juga di SMA Stella Marris. Warna kuning ini apabila dikaji berdasarkan teori menurut W.A, Darmaprawira, Sulasmi (2002) menjelaskan bahwa warna kuning adalah warna yang dianggap suci, dan warna kuning juga dimaknai sebagai warna yang memiliki kemuliaan cinta dan kasih, selain itu warna kuning adalah warna yang paling terang setelah warna putih dan warna kuning dapat diasosiasikan sebagai cahaya suci apabila dikaitkan pada konteks keagamaan. Selain warna kuning dapat ditemukan kembali dengan adanya warna biru pada kedua sekolah tersebut, warna biru yang digunakan oleh SMAK Ora Et Labora cenderung warna biru muda dan pada SMA Stella Marris menggunakan warna biru tua, yang apabila dikaitkan berdasarkan teori pada buku yang sama

dapat dilihat bahwa warna biru adalah warna yang mengindikasikan adanya hubungan ketuhanan atau spiritualitas, selain itu warna biru melambangkan warna yang membawa kedamaian dan tenang, dan apabila dikaitkan dengan ajaran nasrani maka dapat dilihat bahwa warna biru adalah warna yang perdamaian dan cinta kasih dari Yesus Kristus.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengkajian visualisasi logo Sekolah Menengah Atas di daerah Tangerang Selatan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, sekolah-sekolah di daerah tersebut memiliki kesamaan dalam elemen-elemen visual dalam visualisasi logo mereka, pada sekolah-sekolah keagamaan baik itu islami ataupun nasrani memiliki satu identitas atau bentuk yang kuat dalam mewakili identitas sekolah mereka di tengah-tengah masyarakat, seperti adanya bentuk salib, bulan sabit, dan bintang, ketiga bentuk tersebut menjadi satu bentuk yang sangat mudah diingat dalam menyimbolkan identitas sekolah mereka, masyarakat dapat dengan mudah memaknai lambang-lambang tersebut karena bentuk tersebut terdapat dimana-mana dan tidak berubah, dan hal tersebut membuat masyarakat menjadi lebih *aware* terhadap bentuk tersebut karena tingkat kekonsistensian bentuk tersebut tidaklah berubah.

Kemudian adanya warna biru yang dimaknai sebagai warna spiritual atau memiliki kesan ketuhanan, warna biru cenderung muncul pada sekolah-sekolah keagamaan, warna biru sudah menjadi warna yang tidak dapat dipisahkan dalam pengasosiasian warna oleh masyarakat dalam mengindikasikan spiritualitas atau adanya konsep ketuhanan. Selain itu bentuk perisai menjadi suatu *trend* yang menyelimuti dunia pendidikan, bentuk perisai sangat mudah dimaknai sebagai suatu perlindungan atau keamanan, dan bentuk ini sering sekali muncul pada visualisasi logo suatu institusi pendidikan khususnya sekolah dan dijadikan sebagai salah satu identitas mereka dalam mengkomunikasikan identitas mereka. selain itu adanya bentuk *scroll* yang sering digunakan oleh pihak sekolah sebagai identitas mereka, bentuk scroll ini diyakini memiliki kesan historis dari dunia pendidikan dan memperkuat dari kesan pendidikan itu sendiri, sehingga bentuk ini sering dijumpai dari beberapa visualisasi logo pada sekolah.

Referensi

Rustan, Suriyanto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

Airey, David. (2009). *Logo Love Design*.
Canada: John Wiley & Sons.

Sobur, Alex. (2009). *Semiotika Komuni-
kasi*. Bandung: Penerbit Remaja Rosda-
karya.

W.A, Darmaprawira, Sulasmi. (2002)
*Warna teori dan kreativitas penggu-
naanya*, (edisi ke 2.). Bandung: Pener-
bit ITB.