

TAHAP PERANCANGAN LOGO INSPIRASI (INDONESIA–NTU SINGAPORE INSTITUTE OF RESEARCH FOR SUSTAINABILITY AND INNOVATION)

Yudha Pratama Putra, Ahmad Ibrahim Badry, Herman Joseph Suhendra

Sekolah Kajian Strategik dan Global, Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia.

email: Yudhastunkind@gmail.com

ABSTRACT

The Ministry of Education and Culture (Kemdikbud) in collaboration with UGM, UI, ITB, ITS, and NTU Singapore has initiated the INSPIRASI Program (Indonesia–NTU Singapore Institute of Research for Sustainability and Innovation). These five universities, with funding from LPDP, aim to establish centers of excellence to attract researchers, students, and industry partners to create concrete solutions for climate change mitigation and sustainability. INSPIRASI focuses on three main pillars: Renewable Energy, Circular Economy, and Smart Cities, involving aspects of research, education, enterprise, and community. This design-based research aims to produce the INSPIRASI logo and brand guidelines. The method used is descriptive qualitative, and the logo design method follows Robin Landa's 5-stage model: Orientation, Analysis, Concept Design, Design, and Implementation. The logo design is inspired by the international Atom Symbol, depicting three well-defined electron orbits around a nucleus. The three electron orbits represent the three main pillars, while the atom's nucleus represents the aspects of research, education, enterprise, and community.

Keyword: logo, brand guideline, renewable energy, circular economy, smart cities

ABSTRAK

Kemdikbud bekerja sama dengan UGM, UI, ITB, ITS, and NTU Singapore menggagas Program INSPIRASI (Indonesia–NTU Singapore Institute of Research for Sustainability and Innovation) 5 universitas tersebut dengan pendanaan dari LPDP. Program ini melibatkan pembentukan pusat keunggulan, bertujuan untuk menarik peneliti, mahasiswa, dan mitra industri guna menghasilkan solusi konkret dalam mitigasi perubahan iklim dan *sustainability*. INSPIRASI memiliki tiga pilar utama, yaitu *Renewable Energy*, *Circular Economy*, and *Smart Cities* yang melibatkan aspek *research*, *education*, *enterprise*, dan *community*. Penelitian berbasis perancangan ini bertujuan menghasilkan logo INSPIRASI dan *brand Guideline*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dan metode perancangan logo ini menggunakan model 5 tahap Robin Landa yakni Orientasi, Analisis, Konsep Perancangan, Desain dan Implementasi Desain. Hasil perancangan logo terinspirasi dari Simbol Atom internasional, menggambarkan tiga orbit elektron yang terdefinisi dengan baik di sekitar inti. tiga orbit elektron representasi tiga pilar utama dan Inti atom sebagai representasi aspek *research*, *education*, *enterprise*, dan *community*.

Kata kunci: logo, brand guideline, energi terbarukan, ekonomi sirkular, kota cerdas

PENDAHULUAN

Isu perubahan iklim telah menjadi perhatian khusus bagi Indonesia dan Singapura. Perubahan iklim adalah istilah yang menggambarkan perubahan yang berlangsung dalam jangka panjang

terhadap suhu dan pola cuaca. Meskipun pergeseran ini dapat terjadi secara alami, misalnya melalui variasi siklus matahari, sejak tahun 1800-an aktivitas manusia telah menjadi penyebab utama perubahan iklim. Hal ini terutama disebabkan oleh

pembakaran bahan bakar fosil seperti batu bara, minyak, dan gas (United Nations Indonesia, 2020). Perubahan iklim merupakan ancaman serius dan nyata. Sebagai negara yang berada di wilayah pesisir rendah, Singapura dan Indonesia sangat rentan terhadap cuaca ekstrem dan kenaikan permukaan laut. Situasi ini memaksa kedua negara untuk segera mengambil langkah-langkah efektif guna mengatasi dampak perubahan iklim yang semakin mengkhawatirkan. Salah satu langkah efektif untuk mengatasi dampak perubahan iklim adalah dengan melakukan kolaborasi riset antar universitas, baik dalam negeri maupun luar negeri, guna menghasilkan Solusi mitigasi perubahan iklim.

INSPIRASI (Indonesia–NTU Singapore Institute of Research for Sustainability and Innovation) adalah program inisiatif bersama Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia dengan Universitas Gadjah Mada, Universitas Indonesia, Institut Teknologi Bandung, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, dan Nanyang Technological University Singapore 5 universitas tersebut dengan pendanaan dari Lembaga Pengelola Dana Pendidikan. Program ini merupakan jawaban atas langkah-langkah efektif guna

mengatasi dampak perubahan iklim melalui kolaborasi riset antara Indonesia dan Singapura serta bertujuan untuk mempercepat peningkatan kualitas pendidikan, mendorong munculnya lebih banyak inovasi, dan memberikan dampak signifikan bagi masyarakat. Program ini melibatkan penyusunan pusat keunggulan, bertujuan untuk menarik peneliti, mahasiswa, dan *partner* industri untuk menghasilkan solusi konkret dalam mitigasi perubahan iklim dan keberlanjutan. Program ini memiliki tiga pilar utama: *Renewable Energy, Circular Economy, and Smart Cities* dan dua *Flagship program* yakni *Renewable Energy Integration Demonstrator Indonesia* (REIDI) dan *Eco Campus*.

Program tersebut saat ini sedang menjalani fase satu yang berlangsung selama lima tahun sejak ditandatangani MOA pada tahun 2022. Tiga pilar utama program ini ditopang oleh profesor tamu, pendidik, sarjana, pascasarjana, peneliti tetap, dan staff administrative yang melibatkan aspek *research, education, enterprise, dan community*. INSPIRASI mempunyai misi untuk berbagi pembelajaran utama dari IHL Singapura dalam membina talenta keberlanjutan generasi berikutnya dan menciptakan pengetahuan bersama dengan Indonesia

guna mengatasi tantangan keberlanjutan yang muncul di wilayah tersebut. Ke depannya, INSPIRASI mempunyai visi *“To become a hub of world-class Research and Education in Indonesia dan to become a catalyst of collaboration between the Universities, Research Institutes, Industries, Small and Medium Enterprises from Singapore and Indonesia”* (Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, 2024). Kolaborasi riset antara Indonesia dan Singapura diharapkan dapat menghasilkan strategi inovatif dan praktis untuk meningkatkan ketahanan wilayah pesisir dan mengurangi risiko yang ditimbulkan oleh fenomena alam yang kian tidak menentu.

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi-Kemendikbudristek RI mengajak mahasiswa UGM, ITS, UI, dan ITB untuk berpartisipasi dalam sayembara desain logo INSPIRASI ini. Desain logo yang tidak cuma estetik menarik tetapi juga kaya akan makna, mampu mengkomunikasikan komitmen dari INSPIRASI terhadap keberlanjutan dengan jelas dan efektif. Desain yang ideal adalah yang bisa merefleksikan esensi dari tiga fokus utama: *Renewable Energy, Circular Economy, and Smart cities*. Dikutip dari laman PBB *Renewable Energy* adalah energi yang

berasal dari sumber-sumber alami yang terisi kembali dengan laju yang lebih cepat daripada penggunaannya. Contohnya, sinar matahari dan angin adalah sumber-sumber yang terus menerus terisi ulang. Sumber energi terbarukan melimpah dan ada di sekitar kita. *Circular Economy* sering kali didefinisikan sebagai kombinasi kegiatan pengurangan, penggunaan kembali, dan daur ulang (Veza, Idris, & Fattah, 2022). Dikutip dari laman Uni Eropa, *Smart cities* adalah tempat di mana jaringan dan layanan tradisional ditingkatkan efisiensinya dengan penggunaan solusi digital untuk kepentingan penduduk dan bisnisnya. disamping menyampaikan pesan tentang nilai, visi, dan misi. Maka dari itu tujuan sayembara ini adalah untuk menciptakan sebuah logo yang tidak hanya simbolis dan estetik, tetapi juga bisa merefleksikan nilai, visi, dan misi dari INSPIRASI.

Berdasarkan hal tersebut identifikasi masalah bagaimana proses merancang desain logo INSPIRASI dan bagaimana elemen-elemen desain logo dapat merepresentasikan dari tiga pilar utama INSPIRASI. Tujuan perancangan ini adalah menemukan elemen desain yang paling efektif untuk mencerminkan nilai-nilai dari INSPIRASI. Maka dilakukan penelitian mengenai perancangan logo

sebagai identitas dan akan menggunakan ilmu Desain Komunikasi Visual untuk mendukung jalannya perancangan desain logo dan *brand guideline*, agar nantinya isi dari *brand guideline* menjadi menarik, informatif, mudah dipahami, dapat menjelaskan konsep dan Filosofi desain, komposisi, warna, dan keselarasan visual. *Brand guideline* berfungsi sebagai *presentation guideline* dari logo, salah satu syarat ketentuan dalam sayembara.

Desain komunikasi visual merupakan suatu disiplin ilmu yang bertujuan guna mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan buah pikiran secara visual dengan mengatur elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan *layout*. Dengan demikian buah pikiran dapat diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi target penerima pesan (Kusrianto, 2009). Desain komunikasi visual adalah bidang keilmuan yang dibangun dari kerangka multidisiplin, yang berasal dari seni rupa dan desain. Desain komunikasi visual merupakan interdisipliner dari berbagai bidang yang mencakup Desain, seni, komunikasi, teknologi, dan psikologi. Bidang ini menggabungkan elemen-elemen desain

grafis, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan media digital untuk menciptakan pesan visual yang efektif dan menarik.

Tipografi merupakan sebuah disiplin ilmu yang mempelajari dan berhubungan dengan huruf (Rustan S., 2014). Pemilihan warna dalam desain visual harus mempertimbangkan agar citra dan karakter sebuah produk atau merek dapat disampaikan dengan baik, karena warna bisa membentuk persepsi seseorang terhadap suatu produk atau merek (S & Nathalia, 2014). Menurut (Kusrianto, 2009), ilustrasi adalah gambar yang digunakan untuk memberikan penjelasan secara visual.

Menurut teori dalam buku Katz dalam Wheeler (2009) menyampaikan bahwa logo harus merepresentasikan visi dan misi perusahaan, segmentasi yang dituju sesuai target kepada publik. Setiap *brand* mencerminkan karakter dari *brand* tersebut. Logo yang merupakan bagian dari *rebranding*, mampu dibuat menarik dan sederhana, memudahkan orang untuk lebih mudah mengingat dan dikenali. Logo merupakan penyederhanaan dari logotype. Istilah logo baru muncul pada tahun 1937 dan sekarang istilah logo lebih populer daripada logotype. Logo dapat menggunakan elemen apapun: tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain.

Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar atau simbol dari identitas visual (Rustan S., 2017). Organisasi mempunyai identitas perusahaan yang membedakannya dengan organisasi lainnya. Menjadi salah satu elemen identitas perusahaan, logo nampaknya menjadi kekuatan nyata dari sebuah merek. Identitas, yang membantu mengidentifikasi objek apa pun, adalah seperangkat fitur yang dipisahkan dari yang homogen (Sakici & Ayan, E., 2012).

Menurut (Airey, 2015), ada beberapa elemen yang harus diperhatikan untuk menghasilkan logo yang baik, diantaranya adalah: 1. Semakin simple logo tersebut, maka akan semakin efektif logo tersebut. 2. Logo yang dirancang harus relevan dengan merek atau produk tersebut, dalam artian relevan dengan apa yang dituju. 3. Sebuah logo harus dapat bertahan selama bisnis atau usaha itu berjalan, bukan sebuah logo yang tidak tahan lama dan dapat berubah dalam waktu dekat. 4. Sebuah logo yang unik dapat menjadikan logo tersebut unggul diantara kompetitor sekitarnya 5. Tujuan dari logo yang simple dan unik adalah agar konsumen dapat mudah mengingatnya hanya dengan sekali melihat. 6. Apabila logo dikecilkan hingga sampai ukuran

minimum, masih bisa terlihat bentuknya dengan jelas. 7. Jangan membuat logo yang terlalu berlebihan karena akan menghilangkan fokus dari logo itu sendiri.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif sebagai pendekatan untuk menggambarkan atau menganalisis hasil penelitian tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang lebih luas atau melakukan generalisasi (Sugiyono, 2005). Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang akan membahas tentang perancangan yaitu logo untuk menampilkan suatu identitas yang mempunyai fungsi dan makna yang terkandung di dalamnya.

5 Step of Design

Perancangan Logo INSPIRASI (Indonesia–NTU Singapore Institute of Research for Sustainability and Innovation) ini menggunakan metode 5 step of design oleh Robin Landa (2011) yang sering dikenal juga dengan '*Five Phases of The Graphic Design Process*'. Menurut (Claudy, Marcella, Marcelline, & Hananto, 2021) kenapa memilih untuk menggunakan metodologi Landa, karena metodologi ini mudah dipahami dan terstruktur. Lima fase tersebut adalah:

1. Orientasi

Pada tahap ini pengumpulan data dan informasi dikumpulkan melalui brief logo dan data studi pustaka. Informasi brief logo diperoleh dari *Terms of Reference* sayembara desain logo INSPIRASI. Sedangkan data studi pustaka diperoleh dari buku maupun online yang berhubungan dengan tema dan objek perancangan. Desain logo yang diharapkan dari Informasi dari *Terms of Reference* dapat memenuhi hal-hal berikut: Original atau bukan plagiasi, logo berupa logogram dan logotype atau gabungan dari keduanya, Logo harus mencantumkan teks "INSPIRASI", relevansi logo dengan tiga pilar yang diusung, memiliki komposisi yang seimbang dan serasi, menarik, mudah diingat, sederhana, unik dan mudah dibaca, memiliki dua versi warna: warna dan hitam putih, logo masih harus tetap terlihat jelas walaupun diperkecil ke dalam ukuran 2 x 2 cm dan fleksibel diterapkan dalam berbagai media. Desain logo harus merefleksikan esensi dari INSPIRASI dengan mengintegrasikan unsur-unsur dari tiga pilar utama: *Renewable Energy, Circular Economy, Smart Cities*), *dua Flagship Program (REIDI dan Eco Campus)*, dan visi misi. Desain logo harus disertai dengan panduan *Brand* atau *Brand*

Guideline: Garis besar panduan *brand* yang menjelaskan penggunaan logo, termasuk skema warna, tipografi, dan aplikasi visual lainnya. Studi pustaka dilakukan untuk memahami hal-hal yang penting dalam perancangan dengan mempelajari kajian teori yang berkaitan.

2. Analisis

Dalam tahap ini penulis berusaha menilai informasi atau data apa saja yang relevan untuk melakukan analisis data dari brief logo ke dalam bentuk desain brief untuk kebutuhan desain logo. Informasi brief logo diperoleh dari *Terms of Reference* sayembara. *Terms of Reference* (TOR) sayembara merupakan dokumen yang merinci syarat, ketentuan, dan panduan bagi peserta dalam kompetisi desain, termasuk desain logo. TOR ini menyediakan informasi penting yang diperlukan oleh para desainer untuk memahami kebutuhan dan harapan penyelenggara sayembara.

3. Konsep Perancangan

Pembuatan konsep terdiri dari empat tahap yaitu tahap pra-produksi guna menemukan ide dasar dari data informasi *brief* logo dan studi pustaka yang dikumpulkan, kemudian tahap produksi untuk merancang konsep logo. Dalam

tahapan ini setiap keputusan visual dilakukan secara umum menghasilkan beberapa alternatif desain. Proses pencarian ide tersebut dilakukan dengan eksplorasi visual yang mencerminkan esensi dari INSPIRASI dengan 3 pilar utama serta menggunakan pendekatan kreatif dan inovatif dalam merepresentasikan bagaimana INSPIRASI berperan dalam *Research, Education, Enterprise, dan Community. Renewable Energy, Circular Economy, dan Smart Cities* adalah tiga konsep utama yang saling terkait: Energi terbarukan merujuk pada sumber energi yang dapat diperbarui secara alami dan tidak habis. Ekonomi Sirkular sebuah sistem ekonomi yang dirancang untuk menghilangkan limbah dan penggunaan sumber daya secara berlebihan melalui daur ulang, penggunaan ulang, dan perbaikan. Kota Pintar konsep pengembangan perkotaan yang memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kualitas hidup, efisiensi operasional, dan layanan kota.

Perancangan Logo INSPIRASI dilakukan dengan Pendekatan yang holistik dalam mencakup mempertimbangkan semua aspek yang berkontribusi terhadap identitas dan pesan merek secara menyeluruh. Ini melibatkan integrasi

elemen visual seperti tipografi, warna, bentuk, dan simbol, serta memastikan keselarasan dengan visi, misi, dan nilai-nilai lembaga. Pendekatan ini juga memastikan bahwa setiap elemen mendukung satu sama lain untuk menciptakan representasi yang kohesif dan kuat. Dengan pendekatan yang holistik, desain logo tidak hanya menjadi elemen visual yang menarik, tetapi juga alat komunikasi yang efektif dan bermakna, yang mampu menyampaikan esensi dan tujuan dari merek atau lembaga tersebut.

Jenis tipografi pada logo yang digunakan merupakan jenis sans serif. Penggunaan jenis font sans serif pada logo terkesan lebih modern karena desainnya yang bersih, sederhana, dan tidak memiliki elemen dekoratif tambahan seperti serif. Font sans serif memberikan kesan kontemporer dan profesional yang sangat cocok untuk merek-merek yang ingin menunjukkan citra inovatif dan up to date. Sifat minimalis dari sans serif memungkinkan logo untuk terlihat rapi dan fokus pada pesan inti, tanpa gangguan visual yang tidak perlu. Selain itu, keterbacaan yang tinggi dari sans serif dalam berbagai ukuran dan media menjadikannya pilihan yang fleksibel dan adaptif untuk kebutuhan branding

modern. Konsep warna dalam perancangan ini menggunakan warna dingin.

4. Desain

Pada tahap desain, fokus ditempatkan pada pembuatan identitas visual yang merefleksikan INSPIRASI secara relevan. Proses eksplorasi desain logo menekankan penggunaan elemen-elemen yang dikenal dan terkait dengan 3 pilar utama *Renewable Energy, Circular Economy, and Smart Cities* serta menghindari pendekatan abstrak dalam perancangan visual. Dalam proses pembuatan desain logo, desainer membutuhkan alat bantu berupa aplikasi yang digunakan untuk mendesain. Aplikasi ini menjadi salah satu platform utama bagi para desainer untuk menciptakan sebuah desain. Sketsa logo dibuat langsung dalam format digital menggunakan Aplikasi atau perangkat lunak desain Adobe Illustrator, menghasilkan beberapa opsi yang merepresentasikan *Research, Education, Enterprise, dan Community*. Dari beberapa sketsa alternatif logo tersebut desain logo yang paling mempresentasikan INSPIRASI dan sesuai dengan konsep kreatif dipilih dan dikembangkan menjadi logo final.

5. Implementasi

Pada tahap terakhir yaitu implementasi logo final kemudian dikembangkan dengan melakukan perancangan *brand guideline*. *Brand guideline* adalah suatu dokumen yang berisi aturan, pedoman dan panduan tentang cara menggunakan identitas visual merek secara konsisten dan efektif (Sayatman, Soewito, & Noordyanto, 2021). Menurut (Fadhillah, 2021), *brand guideline* adalah pedoman untuk mengelola suatu komposisi brand, desain, dan tampilan keseluruhan. Brand guideline berisikan banyak hal, beberapa contohnya seperti filosofi logo, *font, grid*, konfigurasi warna, dan sebagainya. *Brand guideline* sangat penting karena membantu semua pihak yang terlibat dengan merek atau logo tersebut, dari tim desain dan pemasaran hingga vendor dan mitra luar, agar memahami bagaimana merek tersebut harus diwakili. *brand guideline* ini memastikan bahwa identitas merek tetap konsisten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Perancangan

Konsep visual logo

Terdiri dari dua elemen utama, yaitu logogram dan logotype. Logogram adalah gambar yang mewakili suatu

makna. dengan kata lain, logogram adalah logo yang diwujudkan dalam bentuk gambar. Logotype merupakan logo yang dihasilkan dari pengolahan font. Setiap jenis font dapat merepresentasikan karakter merek yang diwakilinya (Oscario, 2013). Logogram yang terinspirasi dari simbol internasional untuk atom, menggambarkan tiga orbit elektron yang terdefinisi dengan baik di sekitar inti. tiga orbit elektron representasi dari tiga pilar utama yaitu *Renewable Energy, Circular Economy, and Smart Cities*. Inti atom sebagai representasi dari aspek *research, education, enterprise, dan community*. Simbol atom secara tradisional melambangkan ilmu pengetahuan dan penemuan ilmiah. Dalam konteks logo ini dapat menunjukkan fokus pada penelitian ilmiah dan eksplorasi pengetahuan baru. Logotype berbentuk tulisan INSPIRASI dan kepanjangannya dari Indonesia–NTU Singapore Institute of Research for Sustainability and Innovation. Konsep visual logo INSPIRASI menggabungkan elemen-elemen yang mewakili nilai dan tujuan dari program tersebut.



Gambar 1 Hasil Perancangan logo INSPIRASI
(Sumber: Penulis Pertama)



Gambar 2 simbol atom
(Sumber: Penulis Pertama)

Dengan demikian simbol atom orbital menjadi filosofi dari logo ini, aspek *research, education, enterprise, dan community* dapat menggambarkan komitmen terhadap pengetahuan ilmiah, pembelajaran, inovasi, kolaborasi, dan keterlibatan masyarakat dalam upaya mencapai kemajuan dan perkembangan yang berkelanjutan.



Gambar 3 filosofi elemen logo INSPIRASI
(Sumber: Penulis Pertama)

Konsep visual menggambarkan tiga orbit elektron yang terdefinisi dengan baik di sekitar inti. tiga orbit elektron representasi dari tiga pilar utama dan inti atom sebagai representasi dari aspek *research, education, enterprise, dan*

community. Lingkaran panah simbol lingkaran dengan panah merepresentasikan konsep *Circular Economy* yang berfokus pada penggunaan sumber daya yang lebih efisien, pengurangan limbah, dan penciptaan ekonomi yang lebih berkelanjutan. Circuit line representasi visual dari infrastruktur yang cerdas dan terhubung yang menjadi landasan dari *Smart Cities*. Menggambarkan keterkaitan, inovasi, efisiensi, keterhubungan, dan keterlibatan masyarakat yang merupakan inti dari konsep kota pintar. Daun dan Listrik sebagai representasi dari Energi terbarukan atau *Renewable Energy*. Daun melambangkan alam dan sumber energi terbarukan yang ramah lingkungan, sementara simbol Listrik menyoroti sifat energi yang dihasilkan. Lingkaran atau Inti atom sebagai representasi aspek *research, education, enterprise, dan community*. Di sederhanakan menjadi lingkaran yang diadaptasi dari simbol Roda gigi (*enterprise*), lingkaran manusia (*community*), Kaca pembesar (*research*) dan Global Study (*education*). 6 sisi dari symbol atom mewakili 6 *Founding Partners*.

Konsep Tipografi

Konsep tipografi dalam desain grafis mencakup penggunaan jenis huruf, ukuran, spasi, dan pengaturan lainnya untuk menciptakan tampilan teks yang sesuai dengan identitas dan pesan yang ingin disampaikan. Dalam konteks logo, konsep tipografi menjadi penting karena dapat memengaruhi kesan keseluruhan dari desain. Menurut (Wheeler, 2009), Tipografi dalam *visual identity* dapat dibilang menjadi salah satu inti dalam membangun serta merancang *visual identity*, penggunaan tipografi yang tepat dan konsisten dapat membuat brand menjadi Istimewa dari yang lainnya. Tipografi juga dapat diartikan sebagai seni menata huruf dan menjadi topik menarik dalam desain grafis (Azizah & Sihombing, 2022). Tipografi dalam penggunaan font pada logo memainkan peran penting dalam menciptakan identitas visual yang kuat dan mudah dikenali. Pemilihan font yang tepat bisa membantu menyampaikan pesan dan nilai-nilai merek dengan lebih efektif.



Gambar 4 logotype INSPIRASI

(Sumber: Penulis Pertama)

Logo INSPIRASI menggunakan jenis tipografi sans serif agar terkesan lebih modern. Logotype INSPIRASI menggunakan font NasalizationRg-Regular (modified) NasalizationRg-Regular adalah Font dari Logotype INSPIRASI yang telah dimodifikasi. Acumin Variable Concept-Regular adalah Font dari Logotype kepanjangan dari INSPIRASI.

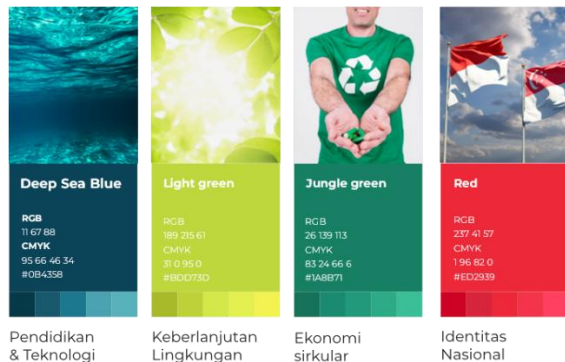
Konsep Warna

Konsep warna merupakan penggunaan palet warna yang dipilih secara khusus untuk mencerminkan identitas dan nilai-nilai suatu merek atau desain. Warna-warna tersebut dipilih untuk menyampaikan pesan tertentu, menciptakan suasana, dan mempengaruhi persepsi audiens. Dalam konteks desain logo, konsep warna bertujuan untuk memberikan kesan visual yang kuat dan mendukung tujuan serta filosofi di balik merek atau proyek tersebut. Menurut

(Wheeler, 2009), warna digunakan untuk membangkitkan emosi, mengekspresikan *personality*, dan menstimulasi segala kesan yang hadir di ingatan konsumen tentang suatu merek (brand association). Dalam desain, dibutuhkan perpaduan warna yang tepat untuk menciptakan harmoni, kesatuan, dan kontras (Rustan S. , 2019).

Konsep warna utama dalam perancangan ini menggunakan warna dingin dan tanpa gradasi. warna dingin terdiri dari warna: ungu, biru ungu, biru, biru hijau, dan hijau (Sanyoto, 2009). Menggunakan pendekatan warna dingin dalam perancangan logo sangat cocok untuk konsep berkelanjutan karena warna-warna seperti biru dan hijau secara alami dikaitkan dengan elemen alam seperti air dan tanaman, yang merupakan simbol utama dari keberlanjutan dan pelestarian lingkungan. Warna hijau dimaknai melambangkan kehidupan, pertumbuhan, dan harmoni dengan alam, sementara biru mencerminkan kebersihan, ketenangan, dan kepercayaan. Kombinasi ini tidak hanya menekankan komitmen terhadap praktik berkelanjutan tetapi juga memberikan kesan yang menenangkan dan dapat diandalkan, yang dapat memperkuat citra positif dan kepercayaan terhadap brand di mata konsumen. Selain warna dingin penggunaan warna panas di

terapkan sebagai alternatif warna dengan pendekatan nasionalis yaitu warna merah.



Gambar 5 konsep warna INSPIRASI

(Sumber: Penulis Pertama)

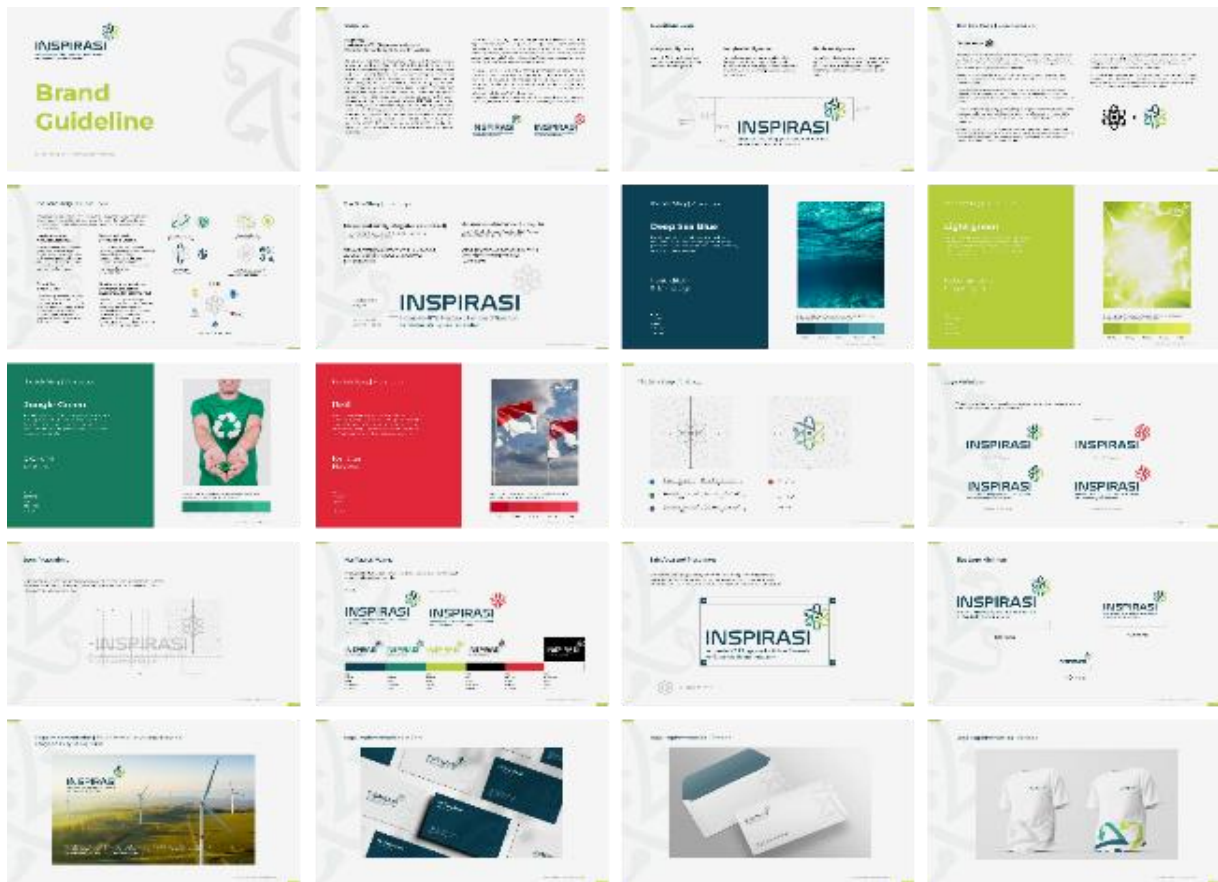
Deep Sea Blue dimaknai sebagai pendidikan dan teknologi, mencakup aspek-aspek seperti kedalaman pengetahuan, energi, penemuan, keterbukaan, kredibilitas, keahlian, kemajuan, ketahanan, dan adaptabilitas. *Light green* bermakna komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan, penggunaan sumber daya yang terbarukan, pemulihan lingkungan, keseimbangan dengan alam, kreativitas dalam inovasi, dan penciptaan masa depan yang lebih hijau dan berkelanjutan. *Jungle Green* bermakna ekonomi sirkular menggambarkan komitmen terhadap keberlanjutan ekonomi, efisiensi sumber daya, inovasi dalam solusi berkelanjutan, dan praktik-praktik pemulihan dan daur ulang yang menjadi landasan dari model ekonomi sirkular. Merah memiliki makna yang

penting dan simbolis dalam budaya dan identitas nasional Indonesia dan Singapura. Warna ini tidak hanya mencerminkan semangat perjuangan dan kemerdekaan, tetapi juga merupakan bagian integral dari identitas nasional dan budaya kedua negara tersebut.

B. Implementasi

Brand guideline

Brand guideline berisi tentang *overview*, Identifikasi logo, Pemecahan alasan logo, filosofi logo, font, warna, grid, variasi logo, proforsi logo, Konfigurasi warna, *Safe Area and Placement*, ukuran minimum logo dan contoh implementasi logo kedalam berbagai media yang diterapkan dengan mengikuti aturan yang telah ditentukan. Dengan adanya *brand guideline*, organisasi dapat memastikan bahwa semua materi komunikasi mencerminkan identitas merek secara konsisten, membangun kepercayaan, dan memudahkan pengenalan merek oleh audiens di berbagai saluran dan platform. Perancangan *brand guideline* ini menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator.



Gambar 6 brand guideline INSPIRASI

(Sumber: Penulis Pertama)

Brand guideline berfungsi guna membantu mempresentasikan logo yang berisikan penjelasan konsep dan filosofi desain serta *design implementation* dan *mockup*. *Brand guideline* ini merupakan implementasi final dari logo yang telah di rancang.

KESIMPULAN

Dalam melakukan proses perancangan logo INSPIRASI penulis mendasarkan perancangan desain ini melalui metodologi desain menurut Robin Landa, dimana tahapannya terbagi menjadi 5 langkah, yaitu *orientation*,

analysis, *concepts*, *design*, dan *implementation*. Melalui tahapan-tahapan proses kreatif, didapat konsep penggunaan elemen-elemen visual yang mendeskripsikan program dari INSPIRASI tersebut. Logo yang hasil berdasarkan *Terms of Reference* logo adalah Logogram yang terinspirasi dari simbol atom orbital, menggambarkan tiga orbit sebagai representasi dari tiga pilar utama. Dari hasil proses perancangan ini, diketahui bahwa logo sangat penting bagi lembaga penelitian sebagai identitas visual yang menyampaikan pesan dan makna yang

diinginkan. Logo yang dihasilkan kemudian dikembangkan lebih lanjut dengan merancang *brand guideline* untuk membantu mempresentasikan logo, yang mencakup penjelasan tentang konsep dan filosofi desainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Airey, D. (2015). *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities* (2). Indianapolis: New Riders.
- Azizah, I. N., & Sihombing, R. M. (2022). Analisis Tipografi Vernakular Pada Batu Nisan Di Kota Bandung dan Sekitarnya. *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual*, 13.
- Claudy, J., Marcella, J., Marcelline, S., & Hananto, B. A. (2021). Simulasi Perancangan Logo Aplikasi Clubhouse. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 14(2), 136-149. doi:<https://doi.org/10.31937/ultimart.v14i2.2037>
- Fadhillah, K. (2021). *Brand Guidelines: Definisi, Cara Buat, dan Manfaatnya*. Retrieved Maret 30, 2024, from www.jojonomic.com: <https://www.jojonomic.com/blog/brand-guidelines-definisi-cara-buat-dan-manfaatnya>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. (2024). *Para desainer bersiaplah kami mengundang kalian untuk ambil bagian untuk berkarya bersama inspirasi indonesia-NTU singapore institute of research for sustainability and innovation*. Retrieved from dikti kemdikbud : <https://dikti.kemdikbud.go.id/pengumuman/para-desainer-bersiaplah-kami-mengundang-kalian-untuk-ambil-bagian-untuk-berkarya-bersama-inspirasi-indonesia-ntu-singapore-institute-of-research-for-sustainability-and-innovation/>
- Kusrianto, A. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Landa, R. (2011). *Graphic Design Solutions, 4e Edition*. USA: Wadsworth.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. doi:10.21512/humaniora.v4i1.3429
- Rustan, S. (2014). *Huruf, Font & Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2017). *Mendesain Logo Edisi 2017*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2019). *Warna, Buku 1*. Jakarta: PT Lintas Kreasi Imaji.
- S, L. A., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sakici, C., & Ayan, E. (2012). The Steps of Logo at Kastamonu University, Forestry Faculty. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 51, 641-

644.

doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbsp>
ro.2012.08.216

Sanyoto, S. E. (2009). *Nirmana Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.

Sayatman, S., Soewito, B. M., & Noordyanto, N. (2021). Pengembangan Konsep Brand Identity dan Visual System ITS yang Lebih Terintegrasi. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 20, 10. doi:10.12962/iptek_desain.v20i1.9329

Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

United Nations Indonesia. (2020). *Apa Itu Perubahan Iklim?* Retrieved from United Nations Indonesia: <https://indonesia.un.org/id/172909-apa-itu-perubahan-iklim>

Veza, I., Idris, M., & Fattah, I. M. (2022). Circular economy, energy transition, and role of hydrogen. *Mechanical Engineering for Society and Industry*, 2(2), 54-56. doi:10.31603/mesi.7134

Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity: An Essential Guide For The Whole Branding Team*. Canada: John Willey & Sons, Incx.