

Komparasi Elemen Pembentuk Logo pada Logo KFC dan Logo JFC

Ni Wyan Setiasih¹, Erma Sulistyono Rini²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM BALI

E-mail: setiasih@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang studi komparasi beberapa logo makanan cepat saji, yang menekankan pada elemen visual dari logo. Logo merupakan identitas dari suatu kelompok atau instansi. Setiap logo memiliki elemen yang terkandung di dalamnya. Elemen yang terdapat dalam logo yakni bentuk, tipografi dan warna. Elemen tersebut menimbulkan sebuah estetika dalam logo tersebut. Objek yang digunakan berdasarkan *random sampling* yakni Logo KFC dengan Logo JFC dan Logo Burger King dengan Logo Burger Friend. Logo tersebut adalah logo makanan cepat saji yang memiliki beberapa kemiripan kalau dilihat secara sekilas. Logo tersebut akan dilihat dari segi persamaan atau perbedaan. Dengan menggunakan studi komparasi yakni membandingkan persamaan dan perbedaan logo tersebut dengan menggunakan parameter dari elemen pembentuk logo yakni warna, ilustrasi dan tipografinya. Membandingkan kedua hal yaitu persamaan dan perbedaan bertujuan untuk melihat dari kedua logo apakah salah satu dari logo tersebut ada yang memiliki kesamaan atau tidak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif, yaitu dengan menggunakan metode kuesioner dan studi literasi untuk mengolah data yang diperoleh di lapangan. Kedua metode tersebut digunakan agar mendapatkan hasil yang akurat yaitu perbandingan dengan menggunakan hasil kuesioner dan dipertajam dengan studi literasi tentang elemen pembentuk logo.

Kata kunci: elemen logo, studi komparasi, logo KFC dan logo JFC

ABSTRACT

This study discusses a comparative study of several fast food logos, which emphasizes the visual elements of the logo. Logo is the identity of a group or agency. Every logo has elements contained in it. The elements contained in the logo are shape, typography and color. These elements create an aesthetic in the logo. The objects used are based on random sampling, namely the KFC Logo with the JFC Logo and the Burger King Logo with the Burger Friend Logo. The logo is a fast food logo that has some similarities at a glance. The logo will be seen in terms of similarities or differences. By using a comparative study, namely comparing the similarities and differences of the logo by using the parameters of the logo-forming elements, namely color, illustration and typography. Comparing the two things, namely similarities and differences, aims to see from the two logos whether one of the logos has something in common or not. The method used in this research is qualitative and quantitative, namely by using questionnaires and literacy studies to process the data obtained in the field. Both methods are used in order to obtain accurate results, namely comparison using the results of a questionnaire and sharpened by a literacy study on the elements that make up the logo.

Keywords: Logo Element, Comparison Study, KFC logo and JFC logo

1. Pendahuluan

Logo memiliki karakteristik yang dapat menyampaikan visi dan misi dari perusahaan atau lembaga yang menggungkannya. Identitas merupakan ciri khas dari sebuah perusahaan atau sejenisnya. Adapun ciri khas dalam perusahaan dalam penerapan logo pada media massa bertujuan untuk memperkenalkan logo tersebut kepada masyarakat agar mudah diingat dan dijadikan sebagai ciri pada perusahaan atau komunitas. Elemen pembentuk logo yang dibuat bertujuan untuk memudahkan masyarakat mengingat baik dari warna maupun ilustrasi dari logo tersebut.

Dari sisi pemasaran, logo mempunyai fungsi identitas yang membedakan sebuah produk dengan produk lainnya. Kesemuanya itu tak lepas dari hakikat logo itu sendiri, sebagai sebuah karya seni rupa yang biasa berupa dwi matra (dua dimensi) atau tri matra (tiga dimensi). Sebagai karya seni rupa, sebuah logo tidak bisa lepas dari elemen-elemen seni rupa dasar yang membentuknya seperti garis, bentuk, warna, ruang, tipografi dll. Seperti yang dikemukakan oleh John Murphy :

“The successful designer of trademarks and logos needs to have basic intellectual and draftsmanship skills in addition to a sensitivity to the aesthetic elements of design.” Yang berarti, seorang perancang logo dan cap dagang yang sukses, perlu memiliki kepandaian dasar dan keterampilan dalam menggambar dalam hubungannya dengan kepekaan terhadap elemen estetika disain. Pada bagian ini kami menyajikan secara ringkas elemen-elemen pembentuk logo, antara lain sebagai berikut adalah garis, bentuk, warna dan huruf (Murphy & Rowe, 1998).

Elemen pembentuk logo tersebut dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengingat logo yang dibuat dan dijadikan sebagai ciri secara spesifik dari logo tersebut. Elemen pembentuk logo diantaranya terdiri atas garis, bentuk, warna dan huruf. Keempat elemen tersebut jika berkesinambungan maka akan menghasilkan karya logo yang estetik. Logo yang estetik akan membuat penikmatnya mudah mengingatnya dan terlintas di benak bahwa logo tersebut memiliki ciri khas yang mudah diingat. Apabila logo tersebut tidak

mudah diingat maka logo tersebut dikatakan tidak berhasil membuat penikmatnya merasa nyaman untuk mengingatnya. Tiga elemen tersebut, dapat menjadi pembeda, yakni dari segi bentuk, bentuk adalah hal yang utama yang dapat dijadikan sebagai pembeda dalam pembuatan sebuah logo. Bentuk lebih mengacu pada ilustrasi yang digunakan, biasanya audiens melihat dari bentuk sebagai ciri khas dari sebuah logo tersebut. Maka dari itu, sebaiknya logo menggunakan bentuk yang belum pernah digunakan logo yang sudah memiliki ciri khas dan sudah terkenal.

Ketiga yakni warna, hal yang berikutnya dijadikan sebagai ciri khas dari logo adalah warna. Biasanya warna memiliki psikologi dari setiap logo yang dibuat. Warna memiliki beberapa hal yang dianggap membuat logo tersebut menjadi mudah diingat. Selain itu, warna juga dapat membawa perusahaan dalam logo tersebut menjadi sukses berdasarkan feng-shuinya. Dalam hal ini akan lebih dibahas dari warna secara umum dan penerapannya dalam pembentuk logo tersebut. Yang terakhir yakni huruf, huruf dapat menjadi ciri khas dari

Objek pada penelitian ini adalah logo makanan cepat saji yakni Logo KFC dengan Logo JFC. Logo tersebut selintas terlihat mirip, dengan melalui banyak kasus kemiripan logo terlihat secara sekilas, maka terlihat seperti menjiplak atau malah dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan logo sehingga lupa pakem logo yang seharusnya. Dengan demikian dapat dikatakan logo yang baik seharusnya memiliki ciri khas agar mudah diingat dan dapat menjadi pembeda dengan logo yang lainnya.

Penulis menggunakan studi komparasi yakni membandingkan baik dari persamaan dan perbedaan dari logo tersebut dilihat dari elemen pembentuk logo. Objek tersebut akan dilihat dan dibedah berdasarkan parameter elemen pembentuk logo yakni warna, tipografi dan ilustrasi yang digunakan. Logo tersebut dikomparasikan agar mendapatkan hasil dari penerapan elemen pembentuk logo apa terdapat hal yang sama lebih dominan dibandingkan dengan perbedaannya. Studi komparasi ini diharapkan digunakan untuk mendapatkan hasil

yang sesuai dan membandingkan hal yang sama sehingga terlihat mana yang lebih menonjol selain dari eksistensi dari logo tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini akan lebih mengarah pada studi komparasi yang melibatkan audiens, dengan menggunakan teknik kuesioner dan digabungkan dengan metode studi literasi sehingga menghasilkan data yang sesuai dengan fakta yang terdapat di lapangan.

2. Pembahasan

Dalam pembentukan logo terdapat empat elemen visual yaitu bentuk, warna, ilustrasi dan tipografi yang jika digabungkan membentuk suatu sistem untuk menguatkan sebuah logo. Elemen pembentuk logo merupakan unsur yang mendukung terbentuknya sebuah logo agar terlihat menarik dan estetik di mata konsumen atau *audience*.

Elemen Ilustrasi

Ilustrasi merupakan gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atau suatu maksud secara visual (Rakhmat, 2010). Berdasarkan pengertian ilustrasi yakni menjelaskan maksud secara visual. Jadi, apabila kita beda satu persatu mengenai logo dari KFC dan JFC terlihat secara sekilas ada kesamaan yakni kedua logo tersebut menampilkan ilustrasi dari pemilik brand tersebut. Dilihat dai hasil kuesioner yang diberikan secara random sampling menyatakan bahwa 45,8% menyatakan kemiripan secara visual.

Ilustrasi merupakan visualisasi dari suatu tulisan yang menggunakan teknik sketsa, lukisa, fotografi atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan pada hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud (Latifah, 2020).



Gambar 2. Ilustrasi Logo KFC

(Sumber:

<https://manado.tribunnews.com/2018/08/31/>)



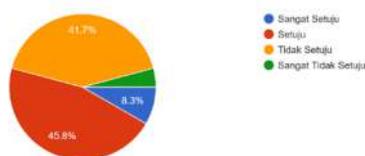
Gambar 3. Ilustrasi Logo JFC

(Sumber: <https://www.facebook.com/jfcperguson/>)

Dalam bidang keilmuan dilihat beberapa bentuk anatomi wajah yang memiliki kemiripan dengan ilustrasi wajah seorang kakek yang terlihat pada jenggot dan guratan pada wajah dari ilustrasi tersebut yang mencerminkan dari ilustrasi logo KFC (Gambar 2). Namun pada ilustrasi JFC terlihat ilustrasi dari laki-laki dewasa dengan anatomi yang memiliki ketegasan dari guratan wajahnya (Gambar 3). Jadi logo KFC dan Logo JFC sama-sama memilih pemiliknya sebagai icon dalam pembuatan logo, agar nantinya konsumen dapat mengetahui bahwa si pemilik brand tersebut.

Dalam perannya ilustrasi disebutkan sebagai identitas. Peran ilustrasi juga digunakan dalam konteks pengenalan produk atau perusahaan. Ilustrator bekerjasama dengan desain grafis dalam penempatan ilustrasi di media *below the line*, *packaging*, *point of sale* dan lain lain. Selain sebagai alat untuk brand recognition, ilustrasi dapat juga digunakan untuk kepentingan identitas perusahaan atau organisasi. Ilustrasi sering

Menurut saudara apa ilustrasi/gambar pada logo KFC dan logo JFC terlihat sama secara visual?
48 responses



Gambar 1. Data Kuesioner Ilustrasi
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

digunakan untuk kebutuhan visual dimana mencerminkan identitas perusahaan (Witabora, 2012). Dalam hal ini, ilustrasi berperan sebagai identitas dalam kedua brand yang dijadikan sebagai kasus yakni Logo KFC dan Logo JFC. Kedua *brand* ini sama menggunakan identitas pemiliknya dijadikan sebagai ilustrasi yang tertuang dalam logo kedua tersebut. Sehingga ilustrasi dapat berperan sebagai identitas yang menyakinkan konsumen untuk mengingat bahwa kedua logo tersebut mencerminkan pemiliknya tertuang sebagai identitas dalam ilustrasi kedua logo.

Kedua yakni ilustrasi berperan sebagai alat informasi. Dalam hal ini ilustrasi merupakan hasil kerja sama antara para ahli dan ilustrator, sebuah tampilan dari subjek disiplin dan praktik seni visual. Ilustrasi teknik dapat kita lihat di subjek-subjek yang berhubungan dengan teknologi (Witabora, 2012). Berkaitan dengan kasus yakni logo KFC dan Logo JFC kedua logo tersebut merupakan alat informasi yang di mana dalam logo tersebut dituangkan bahwa pemilik dari *brand* tersebut tertuang dalam logo.

Elemen Warna

Warna mempunyai beberapa fungsi, seperti: (1) fungsi identitas, orang mengenal sesuai dari warnanya, seperti seragam, bendera, logo perusahaan, dan lain-lain; (2) fungsi psikologis, warna juga memberikan kesan terhadap yang melihat, seperti misalnya warna hijau rumput dapat memberikan kesan yang menyegarkan; (Monica & Luzar, 2011). Warna pada kedua logo yang digunakan berfungsi untuk identitas agar konsumen mengetahui bahwa logo tersebut adalah dari makanan atau pakaian, sedangkan fungsi psikologis warna yang digunakan dalam logo agar memberikan kesan terhadap konsumen ketika melihat logo. Pada pembahasan ini logo KFC dan logo JFC memiliki kemiripan warna apabila dilihat pada hasil kuesioner yang sudah dilakukan secara random sampling (Gambar 4).

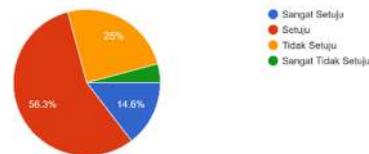
Dalam kaitannya dengan teori yakni warna pada ilustrasi logo KFC yaitu *Animal Blood* (#A3080B), *Black* (#000000), *White* (#FFFFFF),

Old Lace (#FFF1E2) dan *Sandy Tan* (#F5D4B7) dilihat dari tone warna pada aplikasi *Adobe Photoshop* (Gambar 5).

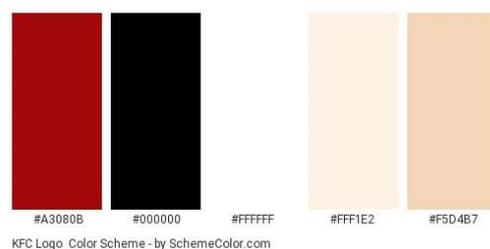
Pada ilustrasi logo JFC yaitu *Red* (#ED323B), *Black* (#000000) dan *White* (#FFFFFF) yang dilihat pada aplikasi *Adobe Photoshop* (Gambar 6). Jadi apabila dilihat dari kedua tone tersebut dapat dikatakan tidak memiliki kesamaan, jadi kedua ilustrasi pada logo tersebut hanya terlihat sekilas mirip. Berdasarkan dari kuesioner dan tone dapat dikatakan bahwa ilustrasi pada kedua logo tersebut tidak memiliki kemiripan.

Warna pada tipografi pada Logo KFC yakni berwarna Black (#000000) sedangkan logo JFC memiliki warna Red (#ED323B) dilihat pada aplikasi adobe photoshop. Jadi dilihat pada tone warna tersebut dan dilakukan juga kuesioner dapat dikatakan kedua warna pada tipografi dapat dikatakan tidak memiliki kemiripan baik secara teori dan hasil kuesioner.

Menurut saudara apa warna secara keseluruhan dari logo KFC dan logo JFC terlihat sama secara visual?
48 responses.



Gambar 4. Data Kuesioner Warna (Sumber: Dokumentasi Peneliti)

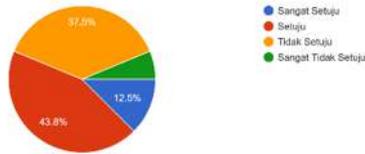


Gambar 5. Tone Warna Logo KFC (Sumber: <https://www.schemecolor.com/kfc-logo-colors>)



Gambar 6. Tone Warna Logo JFC (Sumber: Dokumentasi Peneliti)

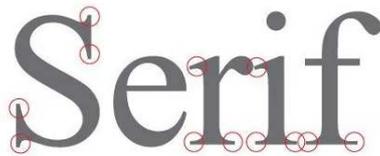
Menurut saudara apa warna pada tulisan logo KFC dan logo JFC terlihat sama secara visual?
48 responses



Gambar 7. Data Kuesioner Warna Tulisan
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)



Gambar 8. Tulisan KFC
(Sumber: <https://www.freepnglogos.com/pics/kfc-png-logo>)



Gambar 9. Contoh Huruf Serif
(Sumber: <https://medium.com/dot-intern/mengenal-jenis-fungsi-font-ccabd1690f9b>)

Elemen Tipografi

Huruf dapat dianalogikan seperti layaknya kita manusia, memiliki struktur dan bagian-bagian tubuh yang saling melengkapi serta terpadu menjadi satu kesatuan tubuh (Setiasih, 2018). Elemen ini dikatakan sebagai elemen yang memberikan informasi secara jelas dikarenakan elemen ini berkaitan dengan huruf yakni elemen tipografi. Dilihat elemen tipografi pada Logo KFC menggunakan huruf *Serif* dengan nama *font* KFC *Font* (Gambar 8). Huruf berjenis serif ini bisa disebut sebagai kategori terbesar pada tipografi dengan penyebut yang sama: semua memiliki serif.

Serif dapat dideskripsikan sebagai ekstensi, tonjolan, atau, lebih tepatnya, sapuan akhir yang memanjang dari ujung karakter (Gambar 9). Meskipun sifatnya dekoratif dan bergaya, mereka dikatakan meningkatkan keterbacaan dengan mengarahkan mata dari satu karakter ke karakter berikutnya (Valentino, 2019).



Gambar 10. Tulisan JFC
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



(Sumber: <https://medium.com/dot-intern/mengenal-jenis-fungsi-font-ccabd1690f9b>)

Tipografi huruf pada Logo JFC lebih cenderung menggunakan huruf sans serif, karena tidak memiliki kait di antara huruf-hurufnya (Gambar 10). *Sans* dalam Bahasa Perancis memiliki arti "tanpa." Sehingga huruf sans serif diartikan sebagai tipografi yang tidak menggunakan serif (sans serif). Gaya ini memiliki popularitas yang tinggi karena kesederhanaan mereka, serta penampilan mereka yang agak industrial (Valentino, 2019).

3. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa komparasi antara teori dan kuesioner dari logo KFC dan logo JFC tidak memiliki kesamaan baik dalam elemen ilustrasi, elemen warna dan elemen tipografi. Dikarenakan kesamaan antara elemen ilustrasi yang sama-sama memilih ilustrasi pemilknya. Jadi dapat disimpulkan bahwa kedua komparasi antara teori dan kuesioner menyatakan bahwa kedua logo tersebut tidak memiliki kesamaan hingga 100%.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih penulis ucapkan kepada Bapak Rektor ITB Stikom Bali yang telah membantu dalam mendanai penelitian dosen dan kepada Direktur LPPM ITB Stikom Bali serta kepada seluruh yang mendukung dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Latifah, A. (2020). Kajian Visual Kemasan Teh Tubruk Lokal. *Ars: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 23(2), 62–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/ars.v23i2.3704>
- Murphy, J., & Rowe, M. (1998). *How to Design Trademarks and Logos*. Ohio: North Light Book.
- Rakhmat, S. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andy Offset.
- Setiasih, N. W. (2018). *Konsep Slamming pada Anatomi Huruf dan Tipografi Band REZUME*. 5(2), 94–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/jousa.v5i2.2156>
- Valentino, D. E. (2019). Pengantar Tipografi. *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 6(2), 152–173. <https://doi.org/https://doi.org/10.38204/tematik.v6i2.254>
- Witabora, J. (2012). Peran dan perkembangan ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659–667. <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3410>