

BAB III

ANALISIS UNSUR VISUAL

A. 16 Hari anti Kekerasan Terhadap Perempuan

16 hari merupakan waktu yang ditentukan dan digaungkan untuk melakukan kampanye serta strategi yang berkaitan dalam kekerasan terhadap perempuan. Dalam upayanya kampanye ini memerlukan dukungan dari berbagai pihak, baik aktivis HAM perempuan, pemerintah maupun masyarakat secara umum. Dalam waktu 16 hari ini lah aktivis HAM perempuan mempunyai rentang waktu yang cukup untuk membangun strategi pengorganisasian agenda bersama.

Strategi yang diterapkan dalam kampanye ini beragam dari satu daerah ke daerah lain. Hal ini sangat dipengaruhi oleh temuan tim kampanye di masing – masing daerah atas kondisi ekonomi, social, dan budaya. Serta situasi politik setempat.

Tanggal 25 November – 10 Desember dipilih sebagai tanggal pelaksanaan kampanye karena tanggal 25 November ini sebagai penghormatan atas meninggalnya Mirabal bersaudara (*Patria, Minerva dan Maria Teresa*) pada tanggal tersebut secara bersamaan pada tahun 1960 akibat pembunuhan keji yang dilakukan oleh kaki tangan penguasa dictator Republik Dominika pada waktu itu, yaitu Rafael Trujillo. Mirabela bersaudara merupakan aktivis politik yang tak henti memperjuangkan demokrasi dan keadilan.

Tanggal 1 Desember sebagai hari AID sedunia, 2 Desember merupakan hari Internasional untuk penghapusan perbudakan, 3 Desember sebagai hari

Internasional bagi Penyandang cacat. Tanggal 5 Desember hari Internasional bagi sukarelawan dan pada tanggal 10 Desember hari HAM Internasional. 16 hari anti kekerasan terhadap perempuan merupakan kumpulan – kumpulan tanggal yang penting penegakan HAM Internasional.

B. Logo Kampanye

1. Logo

Logo adalah penyingkatan dari *Logotype*. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logo *type*. Logo bisa menggunakan elemen apa saja : tulisan, logo gram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain.

Banyak juga yang mengatakan logo adalah element gambar / symbol pada identitas visual. Untuk mengetahui apa itu logo, sebaiknya mengacu pada istilah *logo type*. (mendesain logo : 2017. 13)

Salah satu fungsi dari logo adalah sarana identifikasi atau *branding*. Sarana identifikasi merupakan wujud pengenalan baik identitas seseorang, perusahaan, atau kumpulan/ komunitas, produk ataupun jasa. Dimana sebuah identitas tersebut harus mencerminkan jiwa yang sesuai dengan pribadi, perusahaan, produk, atau jasa tersebut agar lebih mudah dikenali, diingat, dan dapat menjadi pembeda satu dengan yang lain. (Desain Komunikasi Visual : 2014. 15)

Fungsi logo tersebut digunakan Komnas Perempuan untuk mewujudkan sebuah logo yang menjadi wajah atau identitas kampanye gerakan 16 hari anti kekerasan terhadap perempuan.



Gambar 3.1 logo 16 Hari anti Kekerasan Terhadap Perempuan
Sumber : www.komnasperempuan.go.id

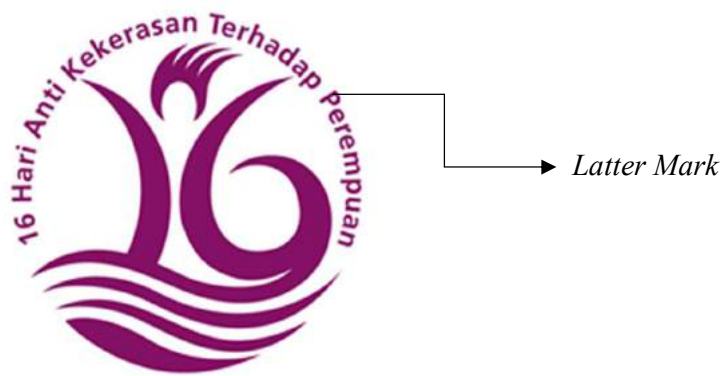
a) Anatomi Logo

Anatomi logo digunakan untuk mempermudah dalam menentukan logo apa yang digunakan dan jenis logo mana yang mewakili kepribadian dari kampanye 16 hari anti kekerasan terhadap perempuan.



Gambar 3.2 Anatomi Logo Picture Mark
Dibuat oleh : Neny, 2020

Dalam logo 16 hari kekerasan terhadap perempuan termasuk yang memiliki anatomi logo *picture mark*, dimana logo *picture mark* merupakan logo yang didominasi oleh gambar bisa mengandung foto atau gambar yang memiliki makna. Dalam logo 16 hari anti kekerasan terhadap perempuan yang dimiliki oleh Komnas Perempuan memiliki sebuah ilustrasi penyederhanaan angka 16 dan gambaran sebuah tubuh perempuan yang dinamis. Logo ini merupakan *logo gram* yang merupakan sebuah simbol yang mewakili sebuah makna dari angka dan pelambangan.



Gambar 3.3 Anatomi Logo Latter Mark
Dibuat oleh : Neny, 2020

“16 hari Anti Kekerasan Terhadap Perempuan” yang terdapat setengah lingkaran pada logo merupakan *Latter Mark* dari logo. Dilihat dari strukturnya hanya berupa judul dari kampanye “16 hari anti kekerasan terhadap perempuan” tapi dilihat dari fungsi dan posisi yang selalu melekat pada *picture mark* di setiap penggunaan logo pada publikasi kampanye maka judul dari kampanye ini menjadi sebuah satu kesatuan dari logo “16 hari anti kekerasan terhadap perempuan”. Bisa kita lihat bahwa di lihat dari anatominya judul “16 hari

anti kekerasan terhadap perempuan” merupakan *Letter Mark* dari logo. Dimana logo merupakan sebuah penyederhanaan dari makna yang ingin disampaikan, tetapi disini “16 hari anti kekerasan terhadap perempuan” di letakan secara utuh pada *logo gram*.

2. Tipografi

Suatu karya desain, semua elemen yang ada saling berkaitan. Tipografi sebagai salah satu elemen desain yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh elemen desain yang mempengaruhi keberhasilan suatu karya desain secara keseluruhan. Tipografi memiliki fungsi untuk menjaga kesatuan desain/ unity antar media – media/ aplikasi desainnya. Juga menyampaikan informasi yang harus nyaman dibaca oleh *target market*.



Gambar 3.4 gambar Tipografi logo 16 HAKTP
Dibuat oleh : Neny, 2020

a) Klasifikasi Huruf

Pemakaian huruf pada logo “16 hari anti kekerasan terhadap perempuan” merupakan jenis huruf *San Serif*. *San serif* merupakan salah satu jenis font yang tidak memiliki sirip pada ujungnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Huruf *sans serif* yang digunakanpun merupakan *sans serif grotesque* dimana dalam huruf ini perbedaan ketebalan antara stroke sangat kontras.

Huruf *sans serif* digunakan dalam logo dikarenakan bentuk *font* simple dan sangat mudah dibaca oleh mata. Huruf *sans serif* menggambarkan sebuah kelugasan, *modern* dan simple. *Sans serif* sangat cocok dengan logo yang dapat mengikuti perkembangan jaman. Logo 16 Hari anti Kekerasa Terhadap Perempuan merupakan logo yang sepanjang masa digunakan untuk mewakili wajah dari kampanye 16 hari anti kekerasan terhadap perempuan.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ &**

Gambar 3.5 Gambar Klasifikasi Huruf
Dibuat oleh: Neny, 2020

Banyak corporate/ jasa/ komunitas sering menggunakan jenis huruf yang sudah beredar dipasaran. Logo kampanye 16 hari anti kekerasan terhadap perempuan juga melakukan hal yang serupa. *Font* yang dipilih adalah *Agane*, *font* ini merupakan salah satu *font* dari *sans serif* yang dirasa cocok dengan

logo gram dari logo 16 hari anti kekerasan terhadap perempuan serta dapat mewakili wajah dari kampanye tersebut. Kesederhanaan dari font ini memudahkan untuk memabaca dan memudahkan orang mengerti maksud dari tulisan.

b) Tracking dan Kerning

Tracking adalah penyesuaian jarak antara grup – grup huruf. Tracking dibutuhkan agar kata – kata tidak saling tumpang tindih pada saat tahap pencetakan. Tracking juga membantu untuk meningkatkan daya baca dan kepadatan teks. Kerning adalah penyesuaian jarak antara huruf secara individual.

1) Tracking



Gambar 3.6 Traking dan Kerning
Dibuat oleh: Neny, 2020

Tracking yang di terapkan dalam logo 16 hari anti perempuan memiliki jarak yang sama anatar kalimatnya. Spasi yang digunakan

tidak berlebihan dan seimbang antara kalimat satu dengan yang satunya sehingga nyaman dan jelas dalam keterbacaan.

2) *Kerning*

Kerning yang diterapkan dalam logo juga tidak menggunakan variasi jarak. Jarak antar huruf sama serta menyesuaikan lengkungan pada *logo gram*.

3. Warna

Warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra seseorang yang melihat. Masing – masing warna mampu memberikan respon secara psikologis (Molly E.Holzschlag: 1955, 47). Terlebih lagi warna – warna itu mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penelitian esthetis dan turut menentukan suka atau tidaknya bermacam – macam benda. Warna itu sendiri dapat menjadi sebuah alat komunikasi dengan membawa karakter dari image yang dibawanya.

Warna juga meningkatkan brand *recognition* sebanyak 80%, menurut penelitian yang dilakukan oleh *Universitas of Loyola, Chicago, Amerika*. Karena itu memilih warna yang tepat merupakan proses yang sangat penting dalam mendesain identitas visual. Untuk itu dibutuhkan riset yang mendalam menyangkut beberapa bidang, antara lain psikologi, budaya dan komunikasi.



Gambar 3.7 Warna Logo 16 HAKTP
Dibuat Oleh: Neny, 2020

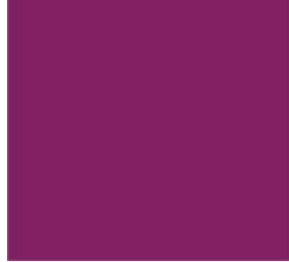
Didalam logo 16 hari anti kekerasan terhadap perempuan hanya terdapat satu warna utama yang sama dengan warna logo organisasi Komnas Perempuan.

a. *CMYK* dan *RGB*

proses pencampuran pigmen yang lazim digunakan percetakan. Tinta process *cyan*, process *magenta*, process *yellow*, process *black* dicampurkan dengan komposisi tertentu dan akurat sehingga menghasilkan warna tepat seperti yang diinginkan. Bahkan bila suatu saat diperlukan, warna ini dengan mudah bisa dibentuk kembali.

Dari logo tersebut memiliki proses *CMYK* sendiri menghasilkan warna yang diinginkan dengan makna dan maksud tertentu. *CMYK* dari logo tersebut sebagai berikut

#8A2A67



C : 50 Y : 30

M : 100 K : 13

R : 138

G : 42

B : 103

RGB merupakan suatu model warna yang terdiri atas 3 warna merah (*Red*), hijau (*Green*), biru (*Blue*), yang ditambahkan dengan berbagai cara untuk menghasilkan berbagai warna. Kegunaan dari mode *RGB* adalah untuk menampilkan gambar pada alat elektronik . *RGB* merupakan mode warna yang bergantung pada piranti perangkat,

b. Color Value

Dengan menambahkan nilai pada warna melalui pencampuran pigmen menurut ukuran yang tepat, dapat dihasilkan tingkatan kecerahan warna yang kelak masing – masing warna akan mempunyai kekuatan atau intensitas. Pencampuran warna dengan hitam, putih atau abu – abu akan menghasilkan kecerahan warna, yaitu yang dinamakan deretan warna cerah atau *tints* dan deretan warna gelap atau *shades*. (Warna teori dan kreativitas penggunaannya, 2002 :60)

1 . Warna cerah (*Tints*)



Gambar 3.8 *Color Value* Logo 16 HKTP
Dibuat Oleh: Neny 2020

Dilihat dari daras warnanya, warna yang dipilih merupakan warna sekunder. Warna Sekunder merupakan pencampuran warna primer dengan proporsi 1:1. Warna ungu merupakan warna percampuran warna primer dengan proporsi 1:1 dari warna merah dan biru.

2. Warna Gelap (*shades*)



Gambar 3.9 *Color Value* Logo 16 HKTP
Dibuat oleh: Neny 2020

4. *Graphic Standar Manual*

Graphic standar manual adalah sebuah pedoman sebagai media acuan untuk menstandarisasi identitas yang telah dibuat untuk menjaga konsistensi identitas (logo) tersebut agar tetap tampil baik dan tidak salah dalam penempatannya berbagai media branding.

Pedoman identitas juga dapat berfungsi untuk mengecek dan mengukur keaslian sebuah identitas, untuk menghindari pembajakan.

a. *Minimum Clear Space*

Minimum Clear Area adalah sebuah area kosong yang berada di keempat sisi logo atau sebuah area kosong antara logo dan elemen lainnya. *Minimum clear area* berfungsi untuk memberikan ruang agar logo lebih mudah untuk memberikan ruang agar logo lebih mudah untuk dibaca dan dikenali mereka yang melihat logo tersebut.



Gambar 3.10 *Minimum Clear space*
Dibuat oleh: Neny, 2020

Minimum Clear Space dari logo 16 Hari Anti Kekerasan Terhadap Perempuan sebesar 1 cm dari ukuran logo. Karena ukuran logo yang cukup besar dan jelas *Minimum Clear Space* 1 cm dari logo dirasa cukup, tidak kurang dan lebih.

b. *Logo Grid*

Grid merupakan garis – garis vertical maupun horizontal yang membagi menjadi beberapa unit. *Grid* dapat membantu desainer untuk menjaga keteraturan desain. *Grid* dapat menciptakan keharmonisan visual. *Grid* menyediakan koherensi dalam kompleksitas, *grid* mengizinkan kita untuk melakukan sesuatu yang lebih dengan kekurangan (*Gordon Brander*).
(Desain Komunikasi Visual 2014 : 78)



Gambar 3.11 *Logo Grid*
Dibuat Oleh: Neny, 2020

Grid dari logo kampanye 16 Hari Anti Kekerasan Terhadap Perempuan mempunyai 11 bujur sangkar *vertical* dan *horizontal*, ukuran dari satu bujur sangkar adalah 1 cm.

Logo *grid* diatas dapat terlihat komposisi pada logo 16 hari anti kekerasan terhadap perempuan mempunyai keseimbangan simetris. Jumlah bujur sangkar pada *grid vertical* dan *horizontal* sama persis 11 bujur sangkar. Terlihat posisi *picture* pada logo memiliki *point of view* berada ditengah. Meskipun pada *picture* sebelah kanan terdapat bentuk lingkaran tapi disebalah kiri terdapat *picture* garis melengkun naik, sehingga dalam logo tersebut memiliki komposisi yang seimbang. *Picture* api yang menjadi *point of view* dari logo bertempat di tengah sehingga, nyawa dari logo ini tepat ditengah dari logo. Bentuk lingkaran dari logo seimbang kanan dan kiri.

c. *Logo Standard*

Logo *standard* diperlukan untuk mengetahui keseimbangan atau keterlihat logo pada ukuran terkecil sekalipun yaitu dalam ukuran 10%. Secara ukuran teknis identitas ini tidak boleh diperkecil lagi karena akan menghilangkan dalam kemudahan keterbacaan dari jarak tertentu. Hal ini menjadi pertimbangan teknis untuk tampilkan monitor untuk keperluan multimedia dan tehnik percetakan.



Gambar 3.12 Logo *Standard*
 Dibuat oleh: Neny,2020

d. *Gray Skale*

Penggunaan logo gray skale sering digunakan untuk proses cetak satu warna. Didalam logo gray skale dibuat agar logo tetap jelas dan terbaca ketika dicetak dalam satu warna untuk kepentingan penggandaan ataupun publikasi.



Gambar 3.13 *Gray Skale* Logo 16 HAKTP
Dibuat oleh: Neny, 2020

Logo 16 hari anti kekerasan terhadap perempuan hanya memiliki satu warna dalam bentuk *gray skale*. Dari rentang warna hitam ke putih pada logo 16 hari anti kekerasan terhadap perempuan terdapat warna 60% hitam, karena dapat dilihat logo ini hanya memakai satu warna utama yang digunakan untuk seluruh elemen dari logo.



Gambar 3.14 Persentas *Gray Skale* Logo 16 HAKTP
Dibuat Oleh: Neny, 2020

Logo dalam system *gray skale* juga memiliki *color value* yang merentang antara hitam sampai warna putih. *Color value* ini memiliki fungsi untuk mempermudah dalam melihat warna yang digunakan dalam mencetak logo *gray skale*.



Gamabar 3.15 *Gray Skale Color Vale*
Dibuat Oleh: Neny,2020

808284



100% PANTONE 7540 C

R : 128

G : 130

B : 132

C : 0 Y : 0

M : 0 K : 60