

Dari kesimpulan diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yang berbunyi :

- 1). Penggunaan *logotype* majalah Fotomedia terbaru, yang mulai digunakan pada bulan Januari 1998, mampu merefleksikan citra mewah tetapi kurang mampu mencerminkan kesan atau citra trendy.
- 2). Perubahan tampilan visual pada *logotype* majalah Fotomedia yang terbaru, kurang mampu mewakili serta merefleksikan dunia fotografi.
- 3). Bentuk *logotype* yang terbaru ini telah mampu memenuhi kriteria atau syarat dari logo yang baik, terbukti kebenarannya.

B. Saran.

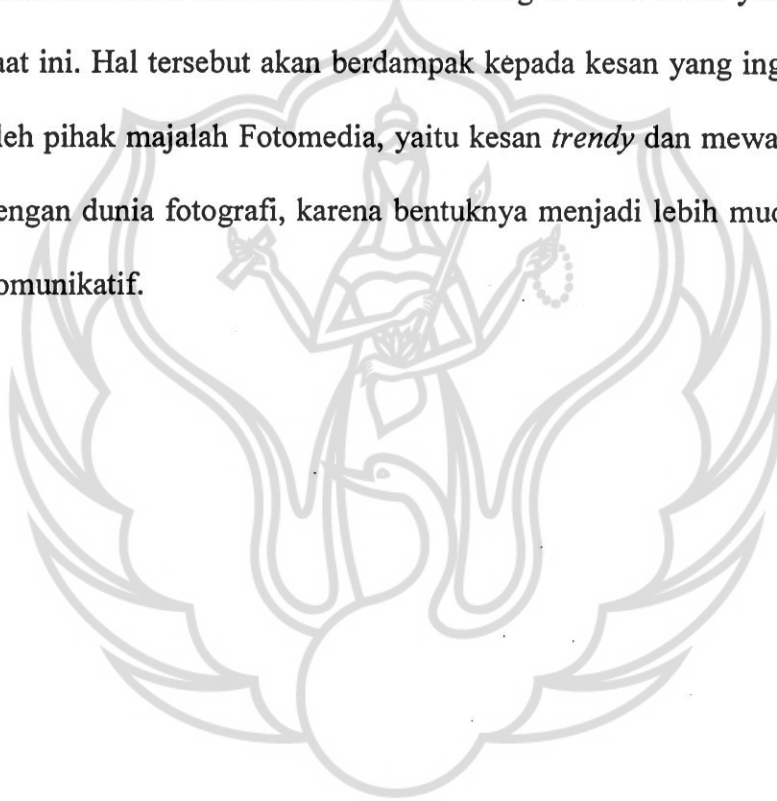
1. Sebagai ujung tombak identitas produk atau perusahaan, sudah seharusnya jika logo dituntut untuk mampu menampilkan citra produk atau perusahaan. Logo berfungsi membedakan sebuah produk dengan produk lain atau sebuah perusahaan dengan perusahaan lainnya, sebagai ukuran kualitas produk atau perusahaan dan juga sebagai indikasi tingkatan produk dipasar. Karena itulah dalam perancangannya mengalami beberapa pentahapan, seperti riset, inventarisasi data maupun analisa data. Pentahapan tersebut dimaksudkan agar logo yang tercipta mampu menampilkan citra produk atau perusahaan sehingga bisa meningkatkan nilai produk atau perusahaan tersebut. Pada proses perancangan logo, dituntut pemahaman terhadap berbagai permasalahan yang ada pada produk atau perusahaan, sehingga kebijakan-kebijakan yang telah diputuskan oleh produk atau perusahaan

seperti penetapan segmen pasar, penempatan (*positioning*), penetapan harga, distribusi, dan lain-lainnya tidak bertentangan dan sejalan dengan tujuan kreatif logo tersebut. Idealnya, logo harus sepenuhnya mendukung berbagai kebijakan yang telah ditetapkan produk atau perusahaan yang pada akhirnya akan memberi nilai positif bagi produk atau perusahaan tersebut. Kemudian selain pemahaman terhadap berbagai aspek yang dimiliki oleh produk atau perusahaan, pada proses perancangan logo juga dituntut pemahaman yang mendalam terhadap berbagai elemen pembentuk logo, seperti bentuk, tipografi, komposisi dan lain sebagainya. Kemampuan dalam memahami berbagai elemen tersebut sangat membantu dalam menterjemahkan berbagai aspek yang ada pada produk atau perusahaan kedalam bentuk visual. Salah satu contoh adalah tipografi atau seni penataan huruf. Sebagai salah satu elemen Disain Komunikasi Visual, ternyata tipografi mempunyai fungsi yang amat vital karena tidak hanya sekedar sebagai pembentuk kalimat atau kata, melainkan mampu pula menciptakan suasana atau asosiasi emosional yang beragam antara lain kemewahan, kelembutan, kekokohan, kedinamisan dan lain-lain. Keragaman suasana ini dipengaruhi oleh jenis dan sifat tipografi itu sendiri, seperti jenis hurufnya, tebal tipisnya huruf, spasi huruf dan lain sebagainya. Dengan demikian, dalam perancangan logo ataupun bentuk komunikasi visual lainnya, hendaklah memahami berbagai asosiasi emosional berbagai jenis tipografi huruf dengan seksama, karena kekurangan telitian yang diterapkan pada sebuah rancangan, akan kurang mendukung

berbagai kebijakan yang telah ditetapkan produk atau perusahaan yang pada akhirnya mengurangi nilai fungsi rancangan tersebut.

2. Penggunaan golongan huruf *Roman* pada *logotype* majalah Fotomedia

yang terbaru yang berhasil mencerminkan kesan mewah tetapi kurang mampu mencerminkan kesan *trendy* serta kurang relevan dengan dunia fotografi, akan lebih baik lagi jika bentuk tipografi tersebut lebih disederhanakan dan diaktualisasikan dengan trend huruf yang berkembang saat ini. Hal tersebut akan berdampak kepada kesan yang ingin diwujudkan oleh pihak majalah Fotomedia, yaitu kesan *trendy* dan mewah serta relevan dengan dunia fotografi, karena bentuknya menjadi lebih mudah dibaca dan komunikatif.



DAFTAR PUSTAKA

I. BUKU

- Amir Hamzah Sulaiman. *Petunjuk Untuk Memotret*. Jakarta : PT Gramedia, 1977.
- Amir Hamzah Sulaiman, *Media Audio Visual*. Jakarta : PT Gramedia, 1985.
- Anwar Arifin. *Strategi Komunikasi*. Bandung : Penerbit Armico, 1984.
- Agus Sachari, *Paradigma Disain Indonesia*. Jakarta : Penerbit C.V. Rajawali, 1986.
- Biggs R, John. *Basic Typography*. London : Faber and Faber limited, 1968.
- Ballinger A, Raymond. *Lettering in Modern Use*. Van Nonstrand Reinhold Company, 1965.
- Biegeleisen, J.I. *The ABC of Lettering*. New York : Hapsper and Row Publisher, 1965.
- Compton's Picture Encyclopedia and Fact. Index Volume I. USA : 1961.
- Carter, David E. *How to Improve Your Corporate Identity*. New York : Art Direction Book Company, 1985.
- Carter, David E. *Designing Corporate Identity for Small Corporations*. New York : Art Direction Book Company, 1985.
- Craig, James. *Designing with Type A Basic Course In Typography*. New York : Watson Guptil Publication, 1984.
- Dendi Sudiana. *Komunikasi Periklanan Cetak*. Bandung : C.V. Remadja Karya, 1986.
- Feininger, Andreas. *The Complete Photographer*.
- Fadjar Sidik dan Aming Prayitno. *Disain Elementer*. Yogyakarta : STSRI ASRI, 1981.

- Hassan Shadily et al. *Ensiklopedi Indonesia*. Jakarta : Ichdisar Baru – Van Hoeve, 1980.
- Handari Nawawi H. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 1983.
- Hart, Michael H. *Seratus Tokoh yang Paling Berpengaruh dalam Sejarah*. Penterj. Mahbub Djunaidi. Jakarta : PT Dunia Pustaka Jaya, 1983.
- Kotler, Philip. *Marketing*. Penterj. Drs. Herujati Purwoko M.A. Jakarta : Penerbit Erlangga, 1991.
- Khoe. T.L. *Juru Foto*. Bandung : Penerbit Ratna, 1958.
- Mulia T.S.G. dan K.A.H. Simbol, *Ensiklopedi Indonesia*. p.1164. Bandung Penerbit W. Van Hoeve-S. Gravenhage, 1950.
- Maya Ananda M.A. *Seluk Beluk Reklame dalam Dunia Perdagangan*. Jakarta : Penerbit Mutiara, 1978.
- Meggs, Philip B. *Sejarah Disain Grafis*. Jilid I. Penterj. M. Dwi Marianto. New York : Van Nonstrand Reinhold Company, 1984.
- Murphy, John and Michael Rowe. *How to Design Trademarks and Logos*. Ohio : North Light Book, 1988.
- Mintz, Patricia B. *Dictionary of Graphic Arts Term, A Communication Tool for People Who Buy Type and Printing*. New York : Van Nonstrand Reinhold Company, 1981.
- Poerwadarminta W.J.S. *Kamus Latin Indonesia*. Yogyakarta, 1969.
- Poerwadarminta W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Penerbit Balai Pustaka, 1985.
- Proyek Pendidikan dan Pembinaan Tenaga Teknis Grafika. *Tata Letak dan Perwajahan*, Pusat Grafika Indonesia, 1979.
- Perusahaan Umum Kereta Api. *Penetapan Logo Baru Kereta Api Beserta Petunjuk Pembuatan, Penggunaan dan Tata Cara Penetapannya*. Perumka, Bandung, 1991.
- Ries, Al dan Jack Trout. *Mengatur posisi*. Penterj. Drs. Jaka Wasana. MSM Jakarta : Penerbit Erlangga, 1992.

- Ross, Robert. *Illustration Today*. USA : International Textbook Company, 1963.
- Read, Herbert. *Pengertian Seni*. Penterj. Soedarso SP. Yogyakarta : Saku Dayar Sana, 1990.
- Soelarko R.M. *Masalah Etika Dalam Karya Fotografi*. Foto Indonesia, No. 54.
- Soelarko R.M. *Unsur-Unsur Utama Fotografi*. Dahara Publishing.
- Soelarko R.M. *Menggali Keindahan Bumi Indonesia*. Bandung : Majalah Foto Indonesia, No. 28, 1973
- Soelarko R.M. *Audio Visual*. Bandung, Bina Cipta.
- Soelarko R.M. *Segi-Segi Fotografi*. Dahara Publishing.
- Suharsimi Arikunto. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Penataran Metode Penelitian Tenaga Pengajar ISI Yogyakarta. 5-6 Agustus 1991
- Simon and Schuster. *Webste's New Twentieth Century Dictionary Unabzided*. New York : Gulf and westwrn Corp. 1983.
- Satya Kusmulyana. *Intensive Advertising Course*. Jakarta : Berita Buana dan PPPI, 1977.
- Scheder, George. *Perihal Cetak Mencetak*. Yogyakarta : Yayasan Kanisius, 1977.
- Sutrisno Hadi. *Metode Research*. Yogyakarta : Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1983.
- Teguh Wartono B.A. *Pengantar Pendidikan Seni Rupa I*. Yogyakarta : Kanisius, 1987.
- Thorndike English Dictionary. London : British Empire The University Press.
- Winarno Surachmad. *Dasar dan Teknik Research*. Bandung : Penerbit Tarsito, 1978.
- Zapf, Herman. *Manuale Typographicum*. London : The M.I.T. Press, 1970.

II. WAWANCARA PRIBADI.

Alphons Mardjono, *Managing Editor majalah Fotomedia*. Wawancara pribadi. Mei 1998.

Drs. Lasiman M.S. *Dosen Program Studi Disain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta*. Wawancara pribadi, Agustus 1998.

