



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
FAKULTAS SENI RUPA

Jalan Parangtritis Km 6,5 Yogyakarta ☎ (0274) 381590

Nomor : 273 /IT4.2/KP/2016  
Lampiran : -  
Hal : Merancang Logo

Kepada Yth :  
Sekretaris  
Masyarakat Karawitan Jawa  
Jalan grogol Sari No. 48 Jatiwangen  
Kalasan Sleman Yogyakarta

Sehubungan surat saudara Nomor : 12/Permoh/2016 tertanggal 3 Juli 2016 perihal pada pokok surat, maka dengan ini Dekan Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta menyambut baik dan menugaskan yang tersebut dibawah ini :

No.	Nama/NIP	Pangkat, Gol./Ruang	Jabatan
1.	Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn. 19630211 199903 1 001	Penata Tk. I, III/d	Lektor

Untuk merancang logo Masyarakat Karawitan Jawa Yogyakarta yang direncanakan akan digunakan dalam berbagai kepentingan operasional dan aktifitas, sehingga diharapkan bisa diterapkan dalam berbagai material dan memberi nuansa ataupun gambaran tentang budaya jawa khususnya seni karawitan

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih



Tembusan Yth :  
1. Pembantu Dekan I FSR ISI Yogyakarta  
2. Ketua Jurusan Desain FSR ISI Yogyakarta  
3, ybs.

# MASYARAKAT KARAWITAN JAWA

Jalan Grogol Sari No. 48 Jatiwangen  
Kalasan Sleman Yogyakarta

Nomor : 12/Permoh/2016  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Merancang Logo

Kepada  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
ISI Yogyakarta  
Jalan Parangtritis Km. 6.5 Yogyakarta.

Bersama surat ini diberitahukan dengan hormat bahwa Masyarakat Karawitan Jawa sebuah komunitas yang peduli seni budaya khususnya karawitan memohon kepada Dekan berkenan menugaskan Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn., tenaga pengajar Program Studi Diskomvis FSR ISI Yogyakarta untuk merancang logo sebagai penanda dan aktifitas berkesenian.

Sebagai informasi logo harus memberikan gambaran tentang karawitan merupakan seni adi luhung yang wajib dilestarikan untuk generasi budaya bangsa.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatiannya diucapkan banyak terimakasih.

Yogyakarta, 3 Juli 2016  
Hormat kami,



Drs. Siswadi, M.Sn.  
Sekretaris



**Konsep Perancangan Logo  
"Masyarakat Karawitan Jawa"**



Oleh:  
**Prayanto Widyo Harsanto**

---

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

# BAB I PENDAHULUAN

## 1. Latar Belakang

Logo merupakan lambang atau simbol yang dapat mewakili dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan yang lain. Sebuah logo bisa berupa nama, lambang atau elemen grafis lain yang ditampilkan secara visual. Sebuah logo diciptakan sebagai identitas unik dan mudah dibedakan keberadaan pada perusahaan/lembaga/organisasi dengan yang lain. Logo bisa diibaratkan dengan wajah. Setiap orang bisa dengan mudah dikenali antara satu dengan yang lain hanya dengan melihat wajah. Begitu juga halnya dengan logo. Logo merupakan sebuah visi penyampaian citra positif melalui sebuah tampilan sederhana dalam bentuk simbol. Logo seperti sebuah bendera, tanda tangan dan sebuah lambang yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas, informasi, persuasi yang pada akhirnya sebagai alat promosi.

Logo dalam hal ini dapat disebut sebagai salah satu identitas institusi yang berfungsi sebagai informasi visual. Melalui visualisasinya berbentuk symbol/gambar dan aksara dapat disampaikan kepada masyarakat tentang berbagai hal yang berkaitan dengan lembaga tersebut, misalnya, nama dan bidang yang dikelolanya, organisasi, juga karakter, misi dan cita-citanya. Selain berfungsi sebagai tanda atau ciri pembeda suatu perusahaan, logo juga dapat didayagunakan untuk media membangun citra (*image*) positif suatu perusahaan/lembaga di mata publik. Dalam pandangan David E Carter, seorang pakar di bidang corporate identity dari Amerika, logo ibarat sebuah pakaian. Identitas seseorang bisa dilihat dari unsur pakaian yang dikenakannya. Apakah ia seorang manajer, eksekutif, petugas lapangan, administrator, seniman, dan sebagainya. Lebih jauh, pakaian bahkan dapat menunjukkan, apakah pemakainya seorang yang berkarakter formal, santai, modis, kurang percaya diri, berjiwa muda dan sebagainya.

Pada dasarnya manusia lebih mudah mengingat gambar dari pada mengingat nama. Maka, untuk melakukan branding, sebuah perusahaan/lembaga akan menciptakan logotype atau logogram. Logo merupakan suatu identitas

sebuah perkumpulan yang berbentuk gambar atau bentuk huruf dengan arti tertentu. Logo harus mewakili makna, arti atau produk dari sebuah institusi pemilik logo tersebut. Disebutkan logo yang baik adalah logo yang mudah diingat sehingga menjadi brand(merk) tersendiri. Para ahli komunikasi mengungkapkan bahwa orang cenderung untuk mengingat gambar lebih kuat dari teks atau tulisan. Ketika orang melihat gambar yang menarik, mereka akan menyimpannya dalam ingatan lebih lama daripada tulisan. Oleh karena itu, tujuan dari desain logo ini adalah menempatkan suatu pesan ke dalam benak masyarakat/audiens akan lebih mudah mengingatnya kembali pada suatu produk atau layanan. Peran logo sebagai 'wakil' suatu identitas dari perusahaan atau organisasi sangatlah penting.

Pada kesempatan ini, Perancang mengucapkan terimakasih dan apresiasi yang tinggi kepada lembaga masyarakat karawitan Jawa di Yogyakarta yang telah memberi kesempatan dan kepercayaan untuk merancang logo MKJ hingga aplikasinya. Harapan perancang, semoga logo dapat dimanfaatkan untuk kepentingan sesuai kebutuhannya. Demikian pula semoga Logo ini bisa menimbulkan sugesti kepercayaan diri/lembaga/organisasi yang kuat, kebanggaan, rasa memiliki, bahkan dapat menjalin kesatuan dan solidaritas di antara anggota MKJ (Masyarakat Karawitan Jawa) yang satu dengan lainnya.

### **1) Tujuan Perancangan Logo MKJ**

Tujuan daripada perancangan ini adalah untuk :

- a. Mewujudkan sebuah karya logo yang mampu membangun citra positif lembaga/komunitas masyarakat karawitan Jawa dimata publik. Selain itu logo ini juga mempunyai tujuan yang bersifat internal, yakni memberikan spirit , kebanggaan, rasa memiliki, bahkan dapat menjalin kesatuan dan solidaritas di antara anggota yang satu dengan lainnya bagi seluruh komponen yang ada di komunitas MKJ.
- b. Mewujudkan logo yang memiliki filosofi dan *local wisdom* yang kuat serta memiliki tingkat estetika dan fungsional yang tinggi

## **BAB II**

### **KONSEP PENCIPTAAN**

#### **1. Sekilas Tentang Masyarakat Karawitan Jawa (MKJ).**

Masyarakat Karawitan Jawa (KMJ) merupakan sebuah komunitas/ organisasi terbentuk karena ada keperhatinan sekelompok orang yang peduli terhadap seni budaya khususnya karawitan. Mengingat bagi masyarakat Jawa khususnya, karawitan atau gamelan bukanlah sesuatu yang asing dalam kehidupan kesehariannya. Dengan kata lain, masyarakat telah mengenal istilah ‘gamelan’, ‘karawitan’, atau ‘gangsra’. Istilah “karawitan” yang digunakan untuk merujuk pada kesenian gamelan banyak dipakai oleh kalangan masyarakat Jawa. Istilah tersebut mengalami perkembangan penggunaan maupun pemaknaannya. Banyak orang memaknai “karawitan” berangkat dari kata dasar “rawit” yang berarti kecil, halus atau rumit.

Karawitan sebagai budayayang adi luhung, saat ini sudah mulai yang meninggalkan bahkan melupakan kesenian karawitan ini, dikarenakan masuknya budaya/kesenian Barat ke Indonesia. Karawitan/gamelan Jawa sekarang ini bukan hanya dikenal di Indonesia saja, bahkan telah berkembang di luar negeri seperti di Amerika Serikat, Inggris, Jepang, Canada. Karawitan telah ‘mendunia’. Oleh karena itu cukup ironis apabila orang Jawa sebagai pewaris langsung malahan tidak mau peduli terhadap seni gamelan atau seni karawitan pada khususnya atau kebudayaan Jawa pada umumnya. Bangsa lain begitu tekunnya mempelajari gamelan Jawa, bahkan di beberapa negara memiliki seperangkat gamelan Jawa. Sudah selayaknya masyarakat Jawa menghargai karya agung nenek moyang sendiri.

Melihat situasi yang demikian penting dibentuk sejenis lembaga swadaya masyarakat yang khusus mempedulikan karawitan yang ada di Jawa. Maka organisasi ini dinamakan “Masyarakat Karawitan Jawa” yang diresmikan sejak tahun 2011 dan berkantor /sekretariat di Jln. Grogol Sari no. 48 Jatiwangen – Kalasan, Sleman, Yogyakarta. Adapun lembaga ini bergerak pada bidang

penelitian, penerbitan, penayangan/pertunjukan yang berhubungan dengan karawitan.

## 2. Metode perancangan

Setiap proses desain meliputi pengembangan dari konsep atau ide menuju produk akhir. Metode perancangan, dimulai dengan metode dan beberapa prosedur perancangan, yaitu : tahap analisis, tahap sintesis, tahap evaluasi dan tahap perancangan Logo.

### a. Tahap Analisis.

Analisis yang dilakukan dalam proyek perancangan ini menggunakan metode analisis SWOT, yaitu *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threat*.

***Strength:*** Komunitas ini memiliki anggota yang solid, artinya anggotanya memiliki visi yang sama untuk melestarikan dan menggali serta menyebarkan pengetahuan tentang Karawitan Jawa.

***Weakness:*** Komunitas/lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang budaya Jawa/karawitan ini belum memiliki logo maupun identitas grafis.

***Opportunities:*** Ada dukungan pemerintah untuk melestarikan untuk budaya Tradisional.

***Threat (Ancaman):*** Menjadi kekuatiran semakin tergerusnya budaya lokal (Jawa) dengan hadirnya berbagai kebudayaan asing, seperti hip hop, music barat, budaya korea, dll.

Dari beberapa analisis yang meliputi kekuatan, kekurangan, kesempatan atau peluang, dan ancaman di atas, ditambah dengan permintaan atau harapan dari MKJ (*client*) terhadap logo yang akan dirancang, maka disusunlah kesimpulan analisis, yang akan digunakan sebagai acuan dasar dalam menyusun

strategi kreatif. Permintaan atau harapan (*Review Brief*) dari perusahaan: logo yang memiliki *Local color*, kuat karakter budayanya.

**b. *Syntesis***

Dalam tahap Sintesis ini disusun konsep desain secara menyeluruh dan beberapa solusi yang terwujud dalam sketsa desain. Sintesis juga merupakan kesimpulan analisis yang menghasilkan alternative solusi yang terwujud dalam sketsa desain.

Logo harus bisa menyiratkan kesan merakyat dan akrab dengan masyarakat. Secara visual, harus bisa merepresentasikan konstruksi “MKJ “ yang merupakan komunitas masyarakat pecinta budaya khususnya karawitan jawa yang unik, dan sangat akrab dengan masyarakat.

Teknik visualisasi dari logo MKJ ini akan dipilih gaya dekoratif, dengan gaya *vector image*, supaya mudah diaplikasikan pada semua media.

Tipografi (*logotype*), harus mudah terbaca (*legible*), klasik, dan mudah diasosiasikan dengan budaya lokal.

Warna logo harus merepresentasikan budaya local, tradisi, atau klasik, sehingga harus mampu memberi kesan professional, elegan, dan memiliki diferensiasi yang tinggi sehingga mudah diingat.

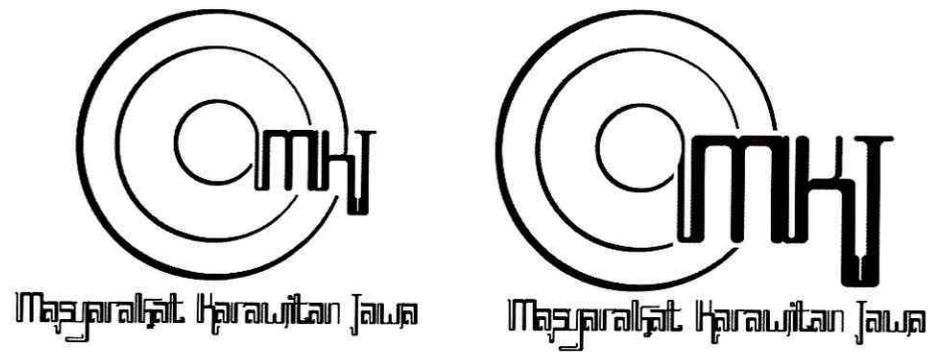
Aplikasi Logo, pada beberapa elemen media seperti *company profile*, *stationary kit*, cover CD, dan yang lain.



b. Gagasan dan Pengembangan



c. Alternatif dan Logo terpilih



Alternatif Logo



Logo Terpilih

## **BAB III**

### **KARYA DAN APLIKASINYA**

#### **1. Konsep Logo MKJ**

Deskripsi:

Secara visual logo ini atas 2 bagian yaitu terdiri atas logotype dan logogram. Adagambar lingkaran (bulatan) berjumlah tiga dari bagian terluar lingkaran besar mengarah ke dalam semakin mengecil. Lingkaran tidak memiliki awalan dan tidak memiliki akhiran. Lingkaran mewakili kekekalan dan dalam setiap budaya biasanya mewakili bentuk matahari, bulan, alam semesta dan objek angkasa lainnya. Lingkaran sering digunakan untuk benda-benda yang akrab seperti roda, bola, berbagai macam buah.

Lingkaran memiliki pergerakan yang bebas. Lingkaran bisa berputar. Bayangan dan garis dapat meningkatkan rasa pergerakan dalam lingkaran. Lingkaran merupakan kurva yang anggun dan terlihat feminin. Lingkaran juga memberikan rasa hangat, menenangkan dan memberikan rasa sensualitas dan cinta. Pergerakannya memberikan energi dan kekuatan. Kelengkapannya menunjukkan ketakterbatasan, kesatuan dan harmoni.

Lingkaran melindungi, memberikan pertahanan dan membatasi. Lingkaran membatasi apa yang ada di dalam dan menjaga hal-hal lain tetap di luar. Lingkaran menawarkan keamanan dan koneksi. Lingkaran menunjukkan komunitas, integritas dan kesempurnaan. Lingkaran tidak terlalu umum digunakan dalam desain, namun lingkaran dapat digunakan untuk menarik perhatian, memberikan penekanan dan mengatur hal-hal agar tetap terpisah.

Gong menandai permulaan dan akhiran gending dan memberikan rasa keseimbangan setelah berlalunya kalimat lagu.

Bagi sebuah logo, menentukan bentuk adalah hal yang harus dipikirkan baik-baik. Terutama oleh desainer yang memang mengerti mengenai desain logo. Bentuk menjadi penting karena setiap bentuk memiliki makna yang berbeda. makna dari bentuk ini lah yang kemudian akan menjadi dasar pemilihan bentuk tersebut sebagai bentuk dasar dari logo.

Penentuan bentuk logo berdasarkan maknanya dipilih dengan maksud supaya logo tersebut mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh pemilik logo kepada konsumennya. Selain itu, logo juga mampu membangun brand image seperti yang diinginkan oleh pemilik logo. Oleh karenanya bentuk logo merupakan gambaran dari karakter pemilik logo.

Ada beberapa bentuk dasar yang dapat dipilih berdasarkan kesan apa yang ingin diterapkan pada benak publik. Bentuk tersebut diantaranya adalah lingkaran. Coba perhatikan! tidak sedikit bukan logo yang menggunakan bentuk lingkaran sebagai bentuk dasarnya. Bentuk lingkaran sangat cocok dengan perusahaan yang ingin memberikan kesan yang dinamis, bergerak, memiliki kecepatan, sesuatu yang berulang, tidak terputus, tidak memiliki awal atau akhir, abadi, memiliki kualitas, dapat diandalkan, sesuatu yang sempurna, serta kehidupan.

Makna atau kesan yang diberikan ini adalah sebuah simbol yang secara tidak sadar menjadi suatu peraturan. Atau dengan kata lain, terjadi di alam bawah sadar manusia. Ini merupakan simbol-simbol dan manusia modern adalah manusia yang penuh dengan simbol. Menyampaikan sesuatu dengan simbol dianggap akan lebih praktis jika menggunakan tulisan. karena simbol bisa dilihat lebih cepat dibandingkan dengan tulisan. Apalagi simbol yang secara tidak sadar telah melekat dalam otak manusia karena ketika simbol tersebut dilihat, maka secara otomatis maka dari simbol tersebut akan muncul sebagai suatu pemahaman yang mengendalikan pemikiran dan perasaan manusia.

Lingkaran tentu termasuk sebuah simbol yang akan mengendalikan pikiran serta perasaan orang yang melihatnya. Hal ini karena arti atau makna dari lingkaran yang memiliki sifat-sifat seperti yang telah dikemukakan sebelumnya. Oleh karenanya logo berbentuk lingkaran akan mampu membangun brand image yang sama seperti makna pada bentuk lingkaran

Lingkaran ini menggambarkan atau menyerupai bentuk daripada salah satu alat di karawitan berupa GONG. Gong adalah alat musik yang terbuat dari leburan logam (perunggu dengan tembaga) dengan permukaan yang bundar (dengan atau tanpa Pencil). Gong dapat di gantung pada bingkai atau diletakkan berjajar pada rak, atau bisa ditempatkan pada permukaan yang lunak seperti

tikar. Dalam kajian islam Gong : yang berarti agung / besar. Mengandung makna bahwa Allah itu maha besar. segala sesuatu bisa terjadi bila ada ijin dari Allah. Kejadian-kejadian itu adalah untuk mengingatkan kita akan Kebesaran Kuasa Allah. Gong yang dibunyikan terakhir berarti selesai, bunyinya gung artinya yang Maha Agung. Fungsinya adalah untuk memberi tanda berakhirnya sebuah gatra dan juga untuk menandai mulainya dan berakhirnya gendhing.

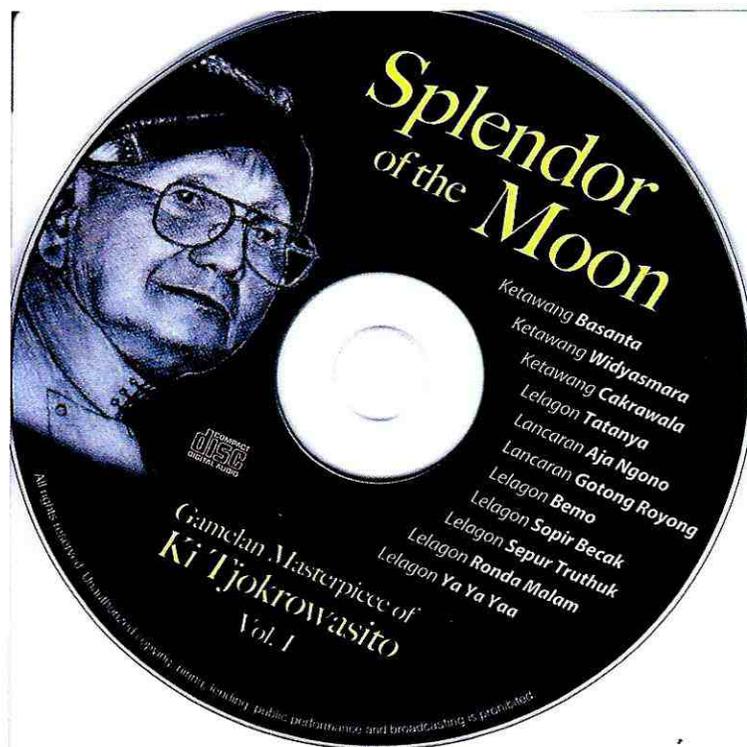
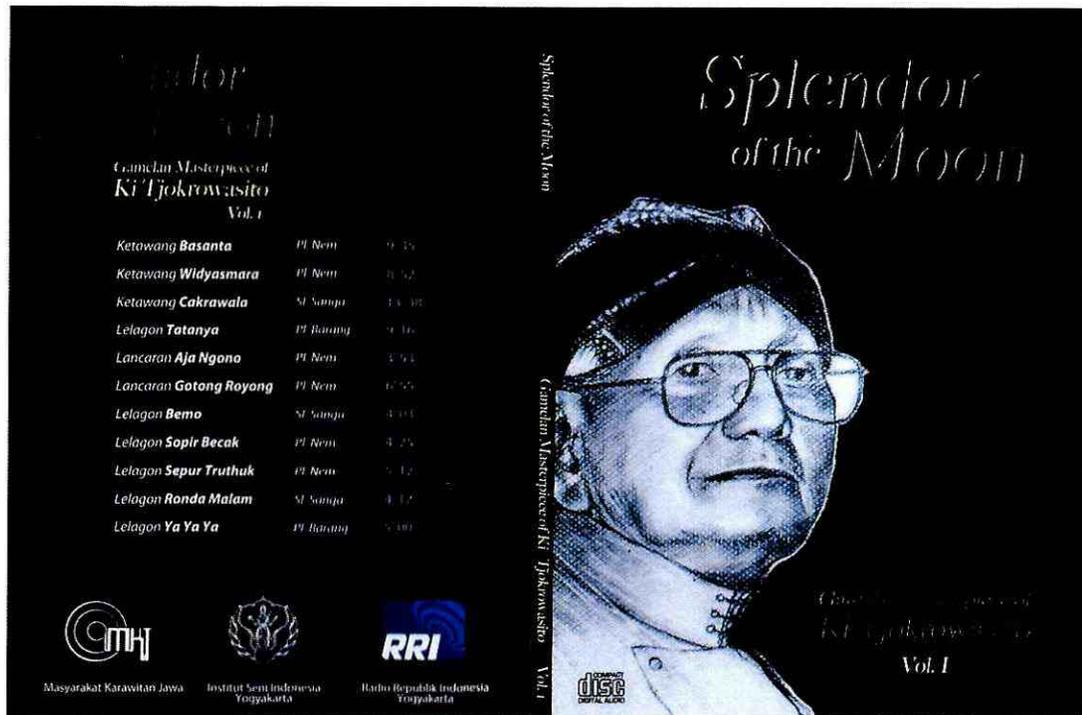
## 2. Aplikasi logo MKJ



Logo terpilih: MKJ (Masyarakat Karawitan Jawa)

Logo terpilih diaplikasikan pada:

- a. Stationary kit (amplop dan kop surat)
- b. Sampul album karawitan Ki Tjokrowasito (cd/cakram)



Logo diterapkan pada sampul CD

Mengharap dengan hormat kehadiran Bapak/ Ibu/ Saudara, pada  
Peluncuran album gending "Sponsor of the Moon"  
yang akan diselenggarakan pada :

Hari : Kamis  
Tanggal : 19 Mei 2016  
Pukul : 19.00 WIB s.d. selesai  
Tempat : Rumah Bpk. Siswadi  
Alamat : Karanganyar RT 06 Rw. 34 Tirtomartani, Kalasan Sleman  
Yogyakarta.  
Acara : Peluncuran Album Gendhing "Splendor of the Moon"  
karya Ki Tjokrowasito

Atas perhatian dan kehadirannya, kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 9 Mei 2016  
a.n. Masyarakat Karawitan Jawa



Prof. Dr. Djohan, M.Si

Alamat: Jalan Grogol Sari, 48 Kalasan Sleman Yogyakarta 55571 Telpn +62-811251037

Undangan



Kepada Yth.  
Bapak / Ibu / Saudara

Alamat: Jalan Grogol Sari, 48 Kalasan Sleman Yogyakarta 55571 Telpn 0274- 444588

Logo diterapkan untuk Kop  
Surat dan amplop

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

Logo merupakan simbol yang dapat mewakili identitas perusahaan, organisasi, produk, lembaga, dan yang lain. Logo dalam hal ini dapat disebut sebagai salah satu identitas institusi yang berfungsi sebagai informasi visual. Melalui visualisasinya berbentuk symbol/gambar dan tulisan dapat disampaikan kepada masyarakat tentang berbagai hal yang berkaitan dengan lembaga tersebut. Sebagaimana logo MKJ (Masyarakat Karawitan Jawa) diciptakan agar mudah dikenali oleh masyarakat dan diharapkan memiliki citra yang baik.

Logo merupakan sebuah visi penyampaian citra positif melalui sebuah tampilan sederhana dalam bentuk simbol. Bagi sebuah logo, menentukan bentuk adalah hal yang penting, karena setiap bentuk memiliki makna yang berbeda. makna dari bentuk ini lah yang kemudian akan menjadi dasar pemilihan bentuk tersebut sebagai bentuk dasar dari logo. Bentuk lingkaran yang menjadi bentuk dasar logo MKJ, karena lingkaran sebuah simbol yang akan mengendalikan pikiran serta perasaan orang yang melihatnya. Oleh karenanya logo berbentuk lingkaran akan mampu membangun brand image yang sama seperti makna pada bentuk lingkaran. Semoga hal ini diharapkan bisa dipahami dan dihayati oleh komunitas ini dan masyarakat luas. Selaras dengan filosofi pada karawitan sebagai suatu karya seni yang butuh konsentrasi karena karawitan memiliki sifat yang halus, rumit, dan indah.

**BAB V**  
**DAFTAR PUSTAKA**

Al Ries & Jack Trout, *Positioning (terj.)*, Erlangga, Jakarta, 1992, p.6

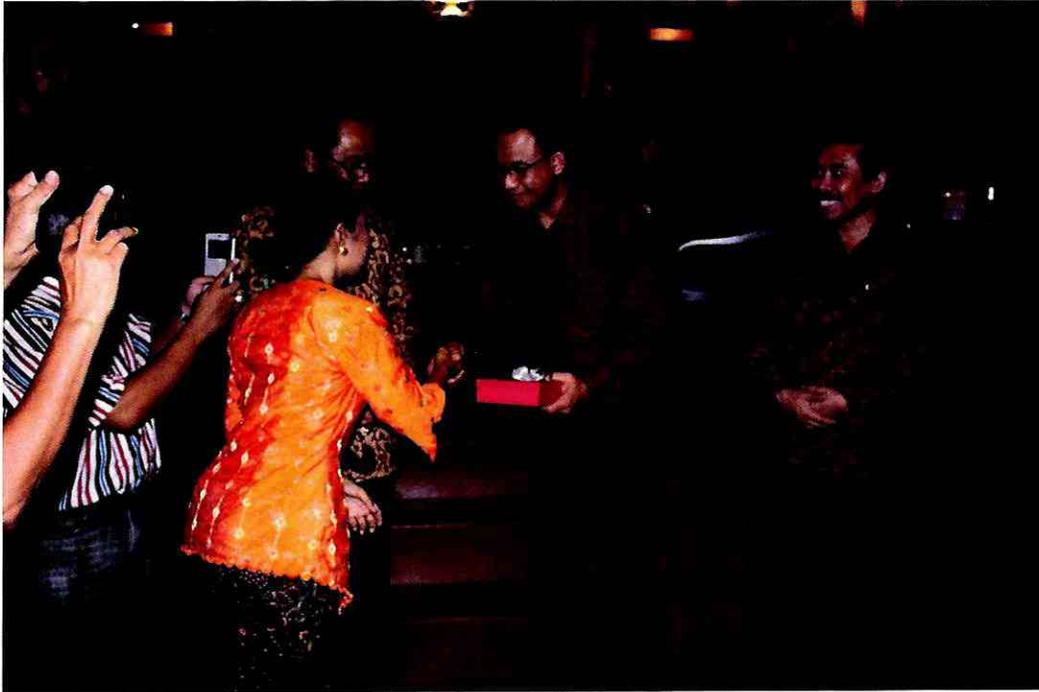
Arntson, Amy E. *Graphic Design Basics*. Holt, Reinhart and Winston, Inc., Orlando.1988

Cotton, Bob. *The New Guide to Graphic Design*. Phaidon, Oxford. 1990.

David E. Carter, *Corporate Identity Program for Small Corporations*, Art Direction Book Company, New York, 1985

David E. Carter, *How to Improve Your Corporate Identity*, Art Direction Book Company, New York, 1990

**BAB VI**  
**LAMPIRAN**



Peluncuran Album I Karawitan Ki Tjokrowasito oleh Anis Baswedan,  
Yogyakarta September 2016

# MASYARAKAT KARAWITAN JAWA

Jalan Grogol Sari No. 48 Jatiwangen  
Kalasan Sleman Yogyakarta

---

Nomor : 12/Permoh/2016  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Merancang Logo

Kepada  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
ISI Yogyakarta  
Jalan Parangtritis Km. 6.5 Yogyakarta.

Bersama surat ini diberitahukan dengan hormat bahwa Masyarakat Karawitan Jawa sebuah komunitas yang peduli seni budaya khususnya karawitan memohon kepada Dekan berkenan menugaskan Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn., tenaga pengajar Program Studi Diskomvis FSR ISI Yogyakarta untuk merancang logo sebagai penanda dan aktifitas berkesenian.

Sebagai informasi logo harus memberikan gambaran tentang karawitan merupakan seni adi luhung yang wajib dilestarikan untuk generasi budaya bangsa.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatiannya diucapkan banyak terimakasih.

Yogyakarta, 3 Juli 2016  
Hormat kami,



Drs. Siswadi, M.Sn.  
Sekretaris



## SURAT KETERANGAN KEBERADAAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Drs. Siswadi, M.Sn.

Jabatan : Sekretaris Masyarakat Karawitan Jawa

Menerangkan bahwa:

Karya desain logo MKJ ( Masyarakat Karawitan Jawa ) merupakan karya yang dirancang oleh Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn. Bentuk karya desain logo MKJ tersebut berada di kantor sekretariat MKJ dan rancangan tersebut berbentuk konsep, deskripsi, desain dan aplikasinya.

Demikian surat keterangan keberadaan karya desain logo MKJ, agar bisa dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 20 April 2018

Sekretaris,

Drs. Siswadi, M.Sn.

Masyarakat Karawitan Jawa



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

## FAKULTAS SENI RUPA

Jalan Parangtritis Km 6,5 Yogyakarta 55001 Telp. (0274) 381590

### PENILAIAN SEJAWAT HASIL RANCANGAN KARYA LOGO MKJ

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Suastiwi, M. Des  
NIP : 19590802 198803 2002  
Jabatan : Dosen desain dan Dekan Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta

Menyatakan bahwa :

Rancangan karya Logo Masyarakat Karawitan Yogyakarta (MKJ) merupakan karya rancangan Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn.

Sebagai sebuah logo, karya tersebut telah memenuhi kriteria karena Logo MKJ organisasi/lembaga ini mudah dinali oleh masyarakat. Selain itu dengan logo ini kepercayaan diri/lembaga/organisasi semakin kuat, bisa menjadi kebanggaan, rasa memiliki bagi para anggota MKJ (Masyarakat Karawitan Jawa) antara yang satu dengan lainnya.

Untuk itu karya rancangan ini direkomendasikan sebagai karya desain logo yang memiliki nilai – nilai filosofis karena dapat menunjukkan komunitas dan integritas MKJ. Selain itu logo ini juga memiliki nilai estetik yang tinggi yang mampu membangun *brand image* seperti yang diinginkan oleh pemilik logo, yaitu bentuk logo merupakan gambaran dari karakter pemilik logo.

Demikian penilaian hasil rancangan desain logo MKJ yang dibuat agar dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.



Yogyakarta, 11 April 2018

Dr. Suastiwi, M.Des  
NIP. 19590802 198803 2002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN**

Jalan Ir. Sutami Nomor 36A Kentingan Surakarta 57126

Telepon (0271) 634621 <http://www.fsrds.uns.ac.id>

---

## PENILAIAN SEJAWAT HASIL RANCANGAN KARYA LOGO

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Drs Ahmad Adib, PhD.  
NIP : 196207081992031001  
Jabatan : Dekan dan Dosen di FSRD, UNS Surakarta

Menyatakan bahwa :

Rancangan karya Logo Masyarakat Karawitan Yogyakarta (MKJ) merupakan karya rancangan Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn.

Karya tersebut telah memenuhi kriteria sebagai sebuah logo, karena Logo MKJ ini bisa menimbulkan sugesti kepercayaan diri/lembaga/organisasi yang kuat, kebanggaan, rasa memiliki, bahkan dapat menjalin kesatuan dan solidaritas di antara anggota MKJ (Masyarakat Karawitan Jawa) yang satu dengan lainnya. Selain itu perancangan logo ini telah melalui metode perancangan yang dimulai dengan beberapa prosedur perancangan, yaitu : tahap analisis, tahap sintesis, tahap evaluasi dan tahap perancangan Logo.

Perancangan logo MKJ ini untuk mengungkapkan keprihatinan sekelompok orang yang peduli terhadap seni budaya khususnya karawitan. Bagi masyarakat Jawa karawitan atau gamelan bukanlah sesuatu yang asing dalam kehidupan sehari-hari. Untuk itu karya rancangan ini direkomendasikan sebagai karya desain logo yang memiliki nilai informasi dan nilai estetik yang tinggi. Secara filosofis logo MKJ yang diciptakan dapat menunjukkan komunitas dan integritas MKJ. Selain itu, logo MKJ juga mampu membangun brand image seperti yang diinginkan oleh pemilik logo, yaitu bentuk logo merupakan gambaran dari karakter pemilik logo.

Demikian penilaian hasil rancangan desain logo MKJ yang dibuat agar dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Surakarta, 16 April 2018

Drs Ahmad Adib, PhD.  
NIP. 196207081992031001

# Prayanto WH

*by* Prayanto Widyo H

---

**Submission date:** 09-Apr-2018 02:29PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 943489805

**File name:** KONSEP\_LOGO\_karawitan\_jawa\_komp.docx (35.27K)

**Word count:** 1891

**Character count:** 12125

# Konsep Perancangan Logo “Masyarakat Karawitan Jawa”

Oleh:  
**Prayanto Widyo Harsanto**

---

**8**  
**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS SENI RUPA**  
**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

# BAB I PENDAHULUAN

## 1. Latar Belakang

Logo adalah sebuah lambang atau simbol yang diciptakan untuk mewakili dari sebuah perusahaan, organisasi, produk, negara, lembaga, dan yang lain. Dalam sebuah logo secara visual dapat berwujud sebuah nama, lambang atau elemen-elemen grafis yang disajikan dan disusun secara visual. Logo pada dasarnya diciptakan sebagai identitas yang unik, sehingga mudah dibedakan dengan perusahaan, lembaga, atau organisasi yang lain. Bisa dianalogikan, logo seperti halnya sesosok wajah seseorang. Setiap orang bisa dengan mudah dikenali dengan melihat wajahnya, demikian pula halnya dengan sebuah logo. Bisa dikatakan pula logo identik dari sebuah visi yang mencerminkan citra positif yang dibangun oleh perusahaan, lembaga atau organisasi tertentu. Logo juga bisa dibaratkan sebuah bendera, tanda tangan yang memberi suatu identitas, informasi, persuasi yang pada akhirnya bisa dimanfaatkan sebagai alat promosi.

Logo dalam hal ini dapat disebut sebagai salah satu identitas institusi yang berfungsi sebagai informasi visual. Melalui visualisasinya berbentuk symbol/gambar dan aksara dapat disampaikan kepada masyarakat tentang berbagai hal yang berkaitan dengan lembaga tersebut, misalnya, nama dan bidang yang dikelolanya, organisasi, juga karakter, misi dan cita-citanya. Selain berfungsi sebagai tanda atau ciri pembeda suatu perusahaan, logo juga dapat didayagunakan untuk media membangun citra (*image*) positif suatu perusahaan/lembaga di mata publik. Dalam pandangan David E Carter, seorang pakar di bidang corporate identity dari Amerika, logo ibarat sebuah pakaian. Identitas seseorang bisa dilihat dari unsur pakaian yang dikenakannya. Apakah ia seorang manajer, eksekutif, petugas lapangan, administrator, seniman, dan sebagainya. Lebih jauh, pakaian bahkan dapat menunjukkan, apakah pemakainya seorang yang berkarakter formal, santai, modis, kurang percaya diri, berjiwa muda dan sebagainya.

Pada dasarnya seseorang akan lebih mudah mengingat sesuatu yang bersifat visual atau gambar dari pada mengingat nama. Maka, sebuah

perusahaan/lembaga akan berusaha menciptakan logotype atau logogram yang terbaik untuk identitasnya. Karena sebuah logo yang berbentuk gambar atau bentuk huruf merupakan identitas yang akan membedakan dengan yang lain. Logo harus mewakili makna, arti atau produk dari sebuah institusi pemilik logo tersebut. Disebutkan David E. Carter (1985), logo yang baik adalah logo yang mudah diingat sehingga menjadi brand (merk) tersendiri. Oleh karena itu, tujuan diciptakan logo tidak lain adalah usaha untuk menancapkan pesan visual ke dalam benak masyarakat/audiens agar lebih mudah mengingatnya kembali pada suatu produk atau layanan.

Pada kesempatan ini, Perancang mengucapkan terimakasih dan apresiasi yang tinggi kepada lembaga masyarakat karawitan Jawa di Yogyakarta yang telah memberi kesempatan dan kepercayaan untuk merancang logo MKJ hingga aplikasinya. Harapan perancang, semoga logo dapat dimanfaatkan untuk kepentingan sesuai kebutuhannya. Demikian pula semoga Logo ini bisa menimbulkan sugesti kepercayaan diri/lembaga/organisasi yang kuat, kebanggaan, rasa memiliki, bahkan dapat menjalin kesatuan dan solidaritas di antara anggota MKJ (Masyarakat Karawitan Jawa) yang satu dengan lainnya.

### **1) Tujuan Perancangan Logo MKJ**

Tujuan daripada perancangan ini adalah untuk :

- a. Mewujudkan sebuah karya logo yang mampu membangun citra positif lembaga/komunitas masyarakat karawitan Jawa dimata publik. Selain itu logo ini juga mempunyai tujuan yang bersifat internal, yakni memberikan spirit , kebanggaan, rasa memiliki, bahkan dapat menjalin kesatuan dan solidaritas di antara anggota yang satu dengan lainnya bagi seluruh komponen yang ada di komunitas MKJ.
- b. Mewujudkan logo yang memiliki filosofi dan *local wisdom* yang kuat serta memiliki tingkat estetika dan fungsional yang tinggi

## BAB II

### KONSEP PENCIPTAAN

#### 1. Sekilas Tentang Masyarakat Karawitan Jawa (MKJ).

Masyarakat Karawitan Jawa (KMJ) merupakan sebuah komunitas/ organisasi terbentuk karena ada keperhatinan sekelompok orang yang peduli terhadap seni budaya khususnya karawitan. Bagi masyarakat Jawa karawitan atau gamelan bukanlah sesuatu yang asing dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, masyarakat telah mengenal istilah ‘gamelan’, ‘karawitan’, atau ‘gangsà’. Sebutan “karawitan” merujuk pada kesenian gamelan yang sering digunakan oleh masyarakat Jawa. Sebutan ini telah mengalami perkembangan penggunaan dan maknanya. Sudah banyak orang memaknai “karawitan” dari kata dasar “rawit” yang berarti kecil, halus dan mengandung kerumitan.

Karawitan sebagai budayayang adi luhung, saat ini sudah mulai yang meninggalkan bahkan melupakan kesenian karawitan ini, dikarenakan masuknya budaya/kesenian Barat ke Indonesia. Kesenian karawitan saat ini tidak hanya dikenal di Indonesia saja, tetapi telah berkembang di luar negeri seperti di Amerika Serikat, Inggris, Jepang, Canada. Oleh karena itu menjadi ironi bila masyarakat Jawa sebagai pewaris langsung tidak peduli terhadap seni gamelan atau seni karawitan. Karena bangsa lain begitu tekunnya mempelajari gamelan Jawa, bahkan di beberapa negara memiliki seperangkat gamelan Jawa.

Melihat situasi yang demikian penting dibentuk sejenis lembaga swadaya masyarakat yang khusus mempedulikan karawitan yang ada di Jawa. Maka organisasi ini dinamakan “Masyarakat Karawitan Jawa” yang diresmikan sejak tahun 2011 dan berkantor /sekretariat di Jln. Grogol Sari no. 48 Jatiwangen – Kalasan, Sleman, Yogyakarta. Adapun lembaga ini bergerak pada bidang penelitian, penerbitan, penayangan/pertunjukan yang berhubungan dengan karawitan.

#### 2. Metode perancangan

Pada dasarnya proses sebuah perancangan desain meliputi pengembangan dari konsep menuju hasil akhir. Metode perancangan, dimulai dengan metode

dan beberapa prosedur perancangan, yaitu : tahap analisis, tahap sintesis, tahap evaluasi dan tahap perancangan Logo.

**a. Tahap Analisis.**

Analisis yang dilakukan dalam proyek perancangan ini menggunakan metode analisis SWOT, yaitu *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threat*.

***Strength:*** Komunitas ini memiliki anggota yang solid, artinya anggotanya memiliki visi yang sama untuk melestarikan dan menggali serta menyebarkan pengetahuan tentang Karawitan Jawa.

***Weakness:*** Komunitas/lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang budaya Jawa/karawitan ini belum memiliki logo maupun identitas grafis.

***Opportunities:*** Ada dukungan pemerintah untuk melestarikan untuk budaya Tradisional.

***Threat (Ancaman):*** Menjadi kekuatiran semakin tergerusnya budaya lokal (Jawa) dengan hadirnya berbagai kebudayaan asing, seperti hip hop, music barat, budaya korea, dll.

Dari beberapa analisis yang meliputi kekuatan, kekurangan, kesempatan atau peluang, dan ancaman di atas, ditambah dengan permintaan atau harapan dari MKJ (*client*) terhadap logo yang akan dirancang, maka disusunlah kesimpulan analisis, yang akan digunakan sebagai acuan dasar dalam menyusun strategi kreatif. Permintaan atau harapan (*Review Brief*) dari perusahaan: logo yang memiliki *Local color*, kuat karakter budayanya.

**b. Sintesis**

Dalam tahap Sintesis ini disusun konsep desain secara menyeluruh dan beberapa solusi yang terwujud dalam sketsa desain. Sintesis juga merupakan

kesimpulan analisis yang menghasilkan alternative solusi yang terwujud dalam sketsa desain.

Logo harus bisa menyiratkan kesan merakyat dan akrab dengan masyarakat. Secara visual, harus bisa merepresentasikan konstruksi “MKJ “ yang merupakan komunitas masyarakat pecinta budaya khususnya karawitan jawa yang unik, dan sangat akrab dengan masyarakat.

Teknik visualisasi dari logo MKJ ini akan dipilih gaya dekoratif, dengan gaya *vector image*, supaya mudah diaplikasikan pada semua media.

Tipografi (*logotype*), harus mudah terbaca (*legible*), klasik, dan mudah diasosiasikan dengan budaya lokal.

Warna logo harus merepresentasikan budaya local, tradisi, atau klasik, sehingga harus mampu memberi kesan professional, elegan, dan memiliki diferensiasi yang tinggi sehingga mudah diingat.

Aplikasi Logo, pada beberapa elemen media seperti *company profile*, *stationary kit*, cover CD, dan yang lain.

### **3. Proses Perancangan**

#### **a. Data Visual**

**b. Gagasan dan Pengembangan**

c. Alternatif dan Logo terpilih

Alternatif Logo

Desain Terpilih

Logo Terpilih

## BAB III

### KARYA DAN APLIKASINYA

#### 1. Konsep Logo MKJ

Deskripsi:

Secara visual logo ini atas 2 bagian yaitu terdiri atas logotype dan logogram. Ada gambar lingkaran (bulatan) berjumlah tiga dari bagian terluar lingkaran besar mengarah ke dalam semakin mengecil. Bentuk lingkaran pada logo MKJ ini sebagaimana dikatakan dalam filosofi pada Feng Sui bahwa bentuk melingkar tidak memiliki awalan dan tidak memiliki akhiran. Lingkaran juga kerap dipakai untuk benda-benda seperti roda, bola, matahari, buah dan lain-lain.

Bentuk lingkaran juga memiliki kesan melindungi, memberikan pertahanan dan membatasi dari objek yang ada di dalamnya. Artinya bentuk lingkaran terkesan membatasi apa yang ada di dalam dan menjaganya. Secara filosofis dalam konteks logo MKJ yang diciptakan diharapkan dapat menunjukkan komunitas dan integritas MKJ.

Gong menandai permulaan dan akhiran gending serta dapat memberikan rasa keseimbangan setelah berlalunya kalimat lagu.

Bagi sebuah logo, menentukan bentuk adalah hal yang harus dipikirkan baik-baik. Terutama oleh desainer yang memang mengerti mengenai desain logo. Bentuk menjadi penting karena setiap bentuk memiliki makna yang berbeda. makna dari bentuk ini lah yang kemudian akan menjadi dasar pemilihan bentuk tersebut sebagai bentuk dasar dari logo.

Penentuan bentuk logo berdasarkan maknanya dipilih dengan maksud supaya logo tersebut mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh pemilik logo kepada konsumennya. Selain itu, logo juga mampu membangun brand image seperti yang diinginkan oleh pemilik logo. Oleh karenanya bentuk logo merupakan gambaran dari karakter pemilik logo.

Makna atau kesan yang diberikan ini adalah sebuah simbol yang secara tidak sadar menjadi suatu peraturan. Atau dengan kata lain, terjadi di alam bawah sadar manusia. Ini merupakan simbol-simbol dan manusia modern adalah

manusia yang penuh dengan simbol. Menyampaikan sesuatu dengan simbol dianggap akan lebih praktis jika menggunakan tulisan. karena simbol bisa dilihat lebih cepat dibandingkan dengan tulisan. Apalagi simbol yang secara tidak sadar telah melekat dalam otak manusia karena ketika simbol tersebut dilihat, maka secara otomatis maka dari simbol tersebut akan muncul sebagai suatu pemahaman yang mengendalikan pemikiran dan perasaan manusia.

Lingkaran tentu termasuk sebuah simbol yang akan mengendalikan pikiran serta perasaan orang yang melihatnya. Hal ini karena arti atau makna dari lingkaran yang memiliki sifat-sifat seperti yang telah dikemukakan sebelumnya. Oleh karenanya logo berbentuk lingkaran akan mampu membangun brand image yang sama seperti makna pada bentuk lingkaran

Lingkaran pada logo MKJ ini menggambarkan atau menyerupai bentuk daripada salah satu alat di karawitan berupa GONG. Salah satu instrument dalam karawitan adalah Gong. Gong terbuat dari logam (perunggu dengan tembaga) dengan bentuk permukaan yang bundar (dengan atau tanpa Pencil). Apabila di dilihat dari penempatannya, Gong biasanya di gantung pada bingkai atau juga bisa diletakkan berjajar pada rak, atau bisa juga ditempatkan pada permukaan yang datar. Gong biasanya dipukul atau dibunyikan pada bagian akhir atau awal yang berfungsi untuk memberi tanda berakhirnya sebuah gatra dan juga untuk menandai mulainya dan berakhirnya gendhing.

## 2. Aplikasi logo MKJ

Logo terpilih: MKJ (Masyarakat Karawitan Jawa)

Logo terpilih diaplikasikan pada:

- a. Stationary kit (amplop dan kop surat)
- b. Sampul album karawitan Ki Tjokrowasito (cd/cakram)

Logo diterapkan pada sampul CD



## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

Logo merupakan simbol yang dapat mewakili identitas perusahaan, organisasi, produk, lembaga, dan yang lain. Logo dalam hal ini dapat disebut sebagai salah satu identitas institusi yang berfungsi sebagai informasi visual. Melalui visualisasinya berbentuk symbol/gambar dan tulisan dapat disampaikan kepada masyarakat tentang berbagai hal yang berkaitan dengan lembaga tersebut. Sebagaimana logo MKJ (Masyarakat Karawitan Jawa) diciptakan agar mudah dikenali oleh masyarakat dan diharapkan memiliki citra yang baik.

Logo merupakan sebuah visi untuk menyampaikan kesan atas citra positif yang disajikan melalui sebuah tampilan visual yang terdiri atas huruf dan gambar. Bagi sebuah logo, menentukan bentuk adalah hal yang penting, karena setiap bentuk memiliki makna yang berbeda. makna dari bentuk ini lah yang kemudian akan menjadi dasar pemilihan bentuk tersebut sebagai bentuk dasar dari logo. Bentuk lingkaran yang menjadi bentuk dasar logo MKJ, karena lingkaran sebuah simbol yang akan mengendalikan pikiran serta perasaan orang yang melihatnya. Oleh karenanya logo berbentuk lingkaran akan mampu membangun brand image yang sama seperti makna pada bentuk lingkaran. Semoga hal ini diharapkan bisa dipahami dan dihayati oleh komunitas ini dan masyarakat luas. Selaras dengan filosofi pada karawitan sebagai suatu karya seni yang butuh konsentrasi karena karawitan memiliki sifat yang halus, rumit, dan indah.

## BAB V

### DAFTAR PUSTAKA

<sup>1</sup> Al Ries & Jack Trout (1992), *Positioning (terj.)*, Erlangga, Jakarta.

Arntson, Amy E. (1988), *Graphic Design Basics*. Holt, Reinhart and Winston, Inc., Orlando.

Cotton, Bob (1990), *The New Guide to Graphic Design*. Phaidon, Oxford. 1990.

David E. Carter (1985), *Corporate Identity Program for Small Corporations*, Art Direction Book Company, New York.

David E. Carter (1990), *How to Improve Your Corporate Identity*, Art Direction Book Company, New York.

**BAB VI**  
**LAMPIRAN**

Peluncuran Album I Karawitan Ki Tjokrowasito oleh Bpk. Anis Baswedan (saat masih menjabat Mendikbud RI) , Yogyakarta 19 September 2016

# Prayanto WH

## ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://journal.isi.ac.id">journal.isi.ac.id</a> Internet Source	3%
2	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	2%
3	<a href="http://moncy-art.blogspot.com">moncy-art.blogspot.com</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://zaenalramdhani.blogspot.com">zaenalramdhani.blogspot.com</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://safwanruslan.blogspot.com">safwanruslan.blogspot.com</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://desifrasiska.blogspot.com">desifrasiska.blogspot.com</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://desainpromosiku.blogspot.com">desainpromosiku.blogspot.com</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://puslit2.petra.ac.id">puslit2.petra.ac.id</a> Internet Source	1%

---

Exclude quotes      Off

Exclude matches      < 8 words

Exclude bibliography      On