

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Terjadi perbedaan besar dalam hal visualisasi dan penyajian tema logo HUT ke-70, 71, dan 72 RI dibanding logo-logo HUT Kemerdekaan RI sebelumnya. Perombakan total ini mengakibatkan perbedaan kualitas tampilan dan konsep pada logo HUT ke-70, 71, dan 72 RI. Logo-logo tersebut tampil lebih modern dan menarik. Tema yang diangkat pun lebih singkat, jelas, dan padat.

Dalam penelitian ini, pembahasan berfokus pada hal-hal terkait tampilan visual, orisinalitas, tingkat *memorable*, tema, serta peran logo dalam perayaan HUT Kemerdekaan. Berhubung logo ini pada dasarnya dibuat sebagai identitas visual dalam perayaan HUT kemerdekaan RI, maka secara otomatis logo ini harus memiliki kualitas yang baik dari segala segi. Selain itu, pembuatan logo ini tidak ditujukan untuk satu pihak saja, namun logo ini harus mampu merangkul semua pihak. Maka dari itu, logo-logo HUT kemerdekaan RI harus memiliki kesan dan citra yang dianggap baik oleh semua kalangan.

Melihat hasil penelitian yang telah dilakukan, secara garis besar persepsi mahasiswa di Yogyakarta menganggap bahwa logo-logo HUT ke-70, 71, dan 72 RI memiliki kualitas yang baik dari segi tampilan visual, orisinalitas, tingkat *memorable*, tema, serta peran logo. Pada dasarnya, hasil ini merupakan pandangan dari kalangan yang bukan ahlinya, namun menjadi target audience. Ada kemungkinan bahwa kualitas asli dari logo-logo ini tidaklah sebaik apa yang dipersepsikan masyarakat. Seperti logo HUT ke-71 RI yang memiliki masalah pada orisinalitas dan hal tersebut hanya dipahami oleh kalangan desainer. Namun, setidaknya logo-logo ini sudah dianggap memiliki kualitas yang baik oleh masyarakat.

Hal ini tentunya tidak lepas dari unsur-unsur lain diluar kualitas asli logo-logo tersebut. Seperti pembedaan atau dobrakan desain yang dilakukan pada logo HUT ke-70 RI. Mengingat logo-logo HUT Kemerdekaan RI

sebelum logo HUT ke-70 RI memiliki desain yang mirip dan terkesan tidak kreatif. Pada dasarnya, dalam dunia desain pembedaan, keunikan, revolusi, dan sejenisnya lebih mudah mendapat apresiasi positif.

Selain itu, unsur lain seperti tingginya harapan masyarakat terhadap pergantian era pemerintahan juga turut mempengaruhi. Pada perilisan logo HUT ke-70 RI, saat itu pemerintahan Jokowi baru berjalan sekitar setengah tahun. Antusiasme masyarakat terhadap kesuksesan pemerintahan ini masih tinggi dan disaat yang sama pemerintah menerbitkan logo HUT ke-70 RI dengan konsep desain yang sangat berbeda dari logo-logo HUT kemerdekaan RI sebelumnya.

Maka, bisa dimaklumi bahwa logo tersebut diapresiasi positif oleh masyarakat. Logo-logo HUT ke-71 dan 72 RI pun juga memiliki desain dan konsep yang sangat berbeda dari logo-logo sebelumnya. Ditambah dengan media-media pendukung logo, seperti adanya sebuah laman di situs setneg.go.id yang berisi tentang penjelasan mengenai makna dan cara penggunaan logo. Biasanya hal seperti ini hanya ditemui pada logo-logo yang digunakan oleh sebuah perusahaan besar dan profesional. Tentunya hal ini juga mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap eksistensi logo HUT Kemerdekaan RI.

B. Saran

Sebagai salah satu media penyampai pesan nasionalisme bangsa, logo HUT Kemerdekaan hendaknya terus dikawal dan ditingkatkan kualitasnya agar mampu memberikan citra yang baik pula bagi bangsa Indonesia. Indonesia memiliki banyak desainer-desainer handal dan seharusnya hal ini bisa dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang terlibat pengadaan logo. Pemerintah serta masyarakat harus saling bahu-membahu dalam semua tindakan positif seperti pembuatan logo HUT Kemerdekaan ini.

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pintu pembuka untuk penelitian-penelitian lain yang berkaitan dengan logo HUT Kemerdekaan RI, terutama di era pemerintahan Jokowi. Pada penelitian ini sudah didapatkan hasil terkait persepsi mahasiswa terhadap kualitas tampilan, orisinalitas,

kemampuan untuk diingat, tema, dan peran logo HUT Kemerdekaan RI. Yakni, secara garis besar mahasiswa di Yogyakarta memberikan apresiasi positif terhadap logo HUT ke-70, 71, dan 72 RI.

Mahasiswa yang bertindak sebagai responden dalam penelitian ini bisa mewakili persepsi masyarakat secara umum, namun tetap tidak bisa dijadikan patokan akhir terhadap kualitas logo-logo tersebut. Persepsi mahasiswa pada penelitian ini lebih mengarah pada tingkat kepuasan masyarakat terhadap kualitas logo HUT Kemerdekaan RI. Jadi, terlepas dari segala kekurangan, diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi dan bisa dimanfaatkan secara maksimal pada penelitian-penelitian selanjutnya.





DAFTAR PUSTAKA

- Airey, D. (2009). *Logo Love Design*. Canada: John Wiley & Sons.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashshofa, Burhan. (2000). *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Babbie, E. (1998). *The practice of social research*, California: Wadsworth Publishing Company
- Berelson Bernard & Gary A. Steiner. (1964). *Human Behavior and Inventory of Scientifying Finding*. New York: Harcount Brace Javanovich.
- Bogdan, R. and Taylor, S.J. (1975). *Introduction to Qualitative Research Methode*. New York: John Willey and Sons Book
- Bungin, B. (2012). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. RajaGrafindo
- Cenadi, Christine Suharto. (1999). *Elemen-elemen Dalam Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Ginting Sada Kata.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmaprawira, S. (2002). *Warna teori dan Kreativitas Penggunaanya*. Bandung: Penerbit ITB.
- Desiderato, O., D.B. Howieson, dan J.H Jackson. (1976). *Investigating Behavior : Principles of Psychology*. Harper & Row Publisher, New York.
- Fadila, Dewi & Sari Lestari, Zainal Ridho. (2013). *Perilaku Konsumen*. Palembang, Citra
- Husein Umar. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat
- Kartono, K & Gulo, D. (1987). *Kamus Psikologi*. Bandung: Pionir Jaya.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Andi
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana: Jakarta
- Lofland, John & Lyn.H.Lofland. (1984). *Analyzing Social Settings*. California: Wadsworth Publishing Company.
- Lupton, E. (2004). *Thinking with Type*. New York: Princeton Architectural Press.
- Miller, K (1986), *Reliability and Validity in Qualitative Research*, New York, SAGE
- Moelong. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosda

- Moh. Nazir. (1988). *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Moleong. (1989). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: Kencana
- Mulyana, Dedi. (2001). *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Perloff, M Richard. (1998). *Political Communication*. America: Lawrence Erlbaum
- Riduwan. (2004). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung : Alfabeta.
- Ristiyanti Prasetyo. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia.
- Sarwono. (2002). *Psikologi Prasangka orang Indonesia “Kumpulan Studi Empirik*. Jakarta: Grasindo.
- Sayonto, S. (2009), *NIRMANA (Dasar-dasar Seni dan Desain)*, Yogyakarta: Jalasutra
- Stokes, J. (2003). *How To Do Media And Cultural Studies*, Yogyakarta: Bentang
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung; Alfabeta
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta
- Sukmadinata Nana Syaodih. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Rosda
- Supriyono, Rachmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Sutanto, T. (2005). *Sekitar Dunia Desain*. Jakarta: Yayasan Sumber Agung
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual* Yogyakarta: Jalasutra
- Umi Narimawati. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

Widagdo. (1993), *Desain, Teori dan Praktek. Seni Jurnal Pengetahuan dan*
Wirartha, I Made. (2006). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi
Offset.
Yulianti, Ana. (2008). *Bekerja Sebagai Desainer Grafis*. Jakarta, Erlangga.

Website

<http://setkab.go.id/logo-70-tahun-kemerdekaan-indonesia/>. (Diakses: 09-05-2017,
14:22)

<https://gogorbangsa.wordpress.com/2012/06/>, (diakses pada 1 Agustus 2018,
08.46)

[http://www.arbamedia.com/2015/08/arti-dan-makna-logo-kemerdekaan-
indonesia.html](http://www.arbamedia.com/2015/08/arti-dan-makna-logo-kemerdekaan-indonesia.html). (Diakses: 09-05-2017 14:25)

<http://initu.id/logo-hari-kemerdekaan-indonesia-dari-tahun-ke-tahun/>. (Diakses:
09-05-2017, 14:40)

[https://nasional.kompas.com/read/2016/08/10/19272981/desainer.angkat.bicara.so
al.logo.hut.ke-71.ri.yang.mirip.lambang.infanteri.as](https://nasional.kompas.com/read/2016/08/10/19272981/desainer.angkat.bicara.soal.logo.hut.ke-71.ri.yang.mirip.lambang.infanteri.as). (Diakses: 12-06-
2018, 15:44)

<https://marketing.co.id/logo-kemerdekaan-indonesia/> (Diakses: 13-06-2018,
14:20)

[http://adgi.or.id/en/event-detail/peluncuran-logo-peringatan-hari-ulang-tahun-ke-
72-kemerdekaan-republik-indonesia-tahun-2017](http://adgi.or.id/en/event-detail/peluncuran-logo-peringatan-hari-ulang-tahun-ke-72-kemerdekaan-republik-indonesia-tahun-2017) (Diakses: 13-06-2018,
20:25)

LAMPIRAN

KUISIONER PENELITIAN STUDI PERSEPSI MAHASISWA DI YOGYAKARTA TERHADAP LOGO-LOGO PERAYAAN HUT-RI KE-70 HINGGA KE-72

Halo!

Perkenalkan saya Danang Prasajatama, salah seorang mahasiswa DKV di ISI Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna melengkapi data dalam skripsi. Saya meminta sedikit waktu anda untuk mengisi kuisisioner ini. Kuisisioner ini berkaitan dengan persepsi terhadap keberadaan logo-logo HUT RI yang terbit di era Jokowi. Kejujuran jawaban anda sangat diutamakan dalam kuisisioner ini. Tentu saja, kerahasiaan identitas dan jawaban akan saya jamin. Semoga kontribusi yang anda berikan dapat membantu saya menyelesaikan penelitian ini dan semoga penelitian ini nantinya bisa berguna bagi masyarakat luas.

Terimakasih!

Logo HUT ke-70 RI



- Tampilan Logo HUT RI ke-70
 - a. Sangat Menarik
 - b. Menarik
 - c. Kurang Menarik
 - d. Tidak Menarik

- Keunikan Logo HUT RI ke-70
 - a. Sangat Unik
 - b. Unik
 - c. Kurang Unik
 - d. Tidak Unik

- Tingkat Memorable Logo HUT RI ke-70
 - a. Sangat Memorable
 - b. Memorable
 - c. Kurang Memorable
 - d. Tidak Memorable

- Kelayakan Tema pada logo HUT RI ke-70
 - a. Sangat Layak
 - b. Layak
 - c. Kurang Layak
 - d. Tidak Layak

- Peran Logo HUT RI ke-70 dalam perayaan kemerdekaan.
 - a. Sangat Penting
 - b. Penting
 - c. Kurang Penting
 - d. Tidak Penting



Logo HUT ke-71 RI



- Tampilan Logo HUT RI ke-71
 - a. Sangat Menarik
 - b. Menarik
 - c. Kurang Menarik
 - d. Tidak Menarik
- Keunikan Logo HUT RI ke-71
 - a. Sangat Unik
 - b. Unik
 - c. Kurang Unik
 - d. Tidak Unik
- Tingkat Memorable Logo HUT RI ke-71
 - a. Sangat Memorable
 - b. Memorable
 - c. Kurang Memorable

d. Tidak Memorable

- Kelayakan Tema pada logo HUT RI ke-71
 - a. Sangat Layak
 - b. Layak
 - c. Kurang Layak
 - d. Tidak Layak
- Peran Logo HUT RI ke-71 dalam perayaan kemerdekaan.
 - a. Sangat Penting
 - b. Penting
 - c. Kurang Penting
 - d. Tidak Penting

Logo HUT ke-72 RI

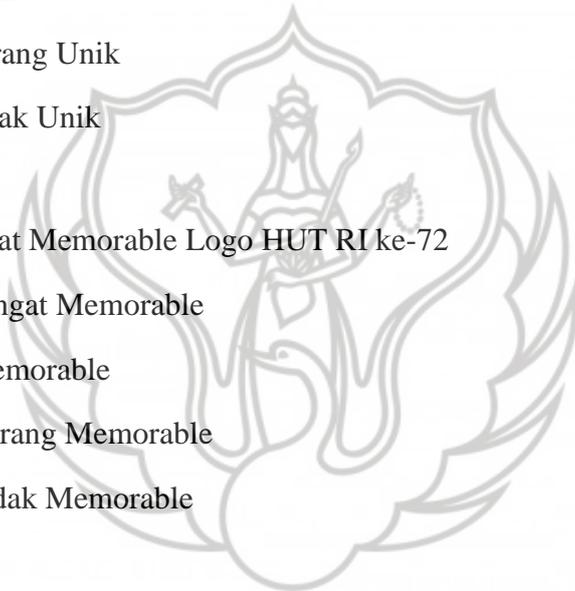


- Tampilan Logo HUT RI ke-72
 - a. Sangat Menarik
 - b. Menarik
 - c. Kurang Menarik
 - d. Tidak Menarik

- Keunikan Logo HUT RI ke-72
 - a. Sangat Unik
 - b. Unik
 - c. Kurang Unik
 - d. Tidak Unik

- Tingkat Memorable Logo HUT RI ke-72
 - a. Sangat Memorable
 - b. Memorable
 - c. Kurang Memorable
 - d. Tidak Memorable

- Kelayakan Tema pada logo HUT RI ke-72
 - a. Sangat Layak
 - b. Layak
 - c. Kurang Layak
 - d. Tidak Layak



- Peran Logo HUT RI ke-72 dalam perayaan kemerdekaan.
 - a. Sangat Penting
 - b. Penting
 - c. Kurang Penting
 - d. Tidak Penting

