

Kajian Estetika, Fungsi Dan Makna Logo *Sukla Satyagraha* Di Denpasar

**Made Artlissa Creativany¹, A.A. Gde Bagus Udayana²,
Anak Agung Gede Rai Remawa³**

Program Studi Seni Program Magister, Program Pascasarjana (S2),
Institut Seni Indonesia Denpasar

madeartlissa@yahoo.com

Gerakan *Sukla Satyagraha* merupakan bentuk pemberdayaan ekonomi krama Bali yang berpegang teguh dengan tata etika ke-Hindu-an sekaligus mensinergikan antara konsep leluhur dengan konsep generasi zaman modern yang telah mengalami berbagai bentuk perubahan. Adanya peranan simbol visual dalam sebuah organisasi dapat menjadi alat komunikasi kepada masyarakat sebagai pembeda dari setiap perusahaan, organisasi salah satunya logo *Sukla Satyagraha*. Logo *Sukla Satyagraha* dibahas berdasarkan peranan unsur dan prinsip estetika yang terdapat dalam logo serta maksud dari logo tersebut. Unsur-unsur desain yang terdapat di dalam logo *Sukla Satyagraha* meliputi garis, bentuk, huruf atau tipografi dan warna. Estetika logo meliputi prinsip kesatuan, keseimbangan dan proporsi. Tujuan penelitian ini bermaksud untuk mengkaji estetika logo *Sukla Satyagraha* di Denpasar. Adapun masalah yang diteliti adalah bagaimana estetika logo *Sukla Satyagraha* di Denpasar. Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk perkembangan ilmu kajian seni khususnya dalam penelitian dibidang desain komunikasi visual. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Sampel yang diterapkan berdasarkan teknik *purposive*. Pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan sumber pustaka. Seluruh data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teori estetika dan teori desain komunikasi visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan elemen logo *Sukla Satyagraha* tidak terlepas dari peranan prinsip desain dan nilai ekstrinsik yang membentuk logo tersebut sehingga terciptanya desain yang menarik dan memenuhi kriteria desain seperti proporsi dan komposisinya.

Kata kunci: Estetika visual, logo, Sukla Satyagraha

The *Sukla Satyagraha* movement is a form of economic empowerment for Balinese krama that adheres to Hindu ethics and at the same time synergizes the concept of ancestry with the concept of modern generation that has undergone various forms of change. The role of visual symbols in an organization can be a means of communication to the community as a differentiator from each company, one of which is the *Sukla Satyagraha* logo. The *Sukla Satyagraha* logo is discussed based on the role of the aesthetic elements and principles contained in the logo and the purpose of the logo. The design elements contained in the *Sukla Satyagraha* logo include lines, shapes, letters or typography and colors. Logo aesthetics include the principles of unity, balance and proportion. The purpose of this study is to examine the aesthetics of the logo of *Sukla Satyagraha* in Denpasar. The problems studied are what is the aesthetic of the *Sukla Satyagraha* logo in Denpasar. This research uses qualitative methods with descriptive analysis. The sample applied was based on a purposive technique. Collecting data through interviews, documentation, and library sources. All data that has been collected are then analyzed using aesthetic theory and visual communication design theory. The results showed that the formation of the elements *Sukla Satyagraha* logo was inseparable from the role of design principles and extrinsic values that formed the logo so as to create an attractive design and meet design criteria such as proportion and composition.

Keywords: Visual aesthetics, logo, Sukla Satyagraha.

Proses review : 2 - 30 september 2020, dinyatakan lolos 1 oktober 2020

PENDAHULUAN

Bali adalah salah satu wilayah di Indonesia dengan mayoritas pemeluk agama Hindu. Keberadaan umat Hindu, khususnya Hindu Bali lahir sebagai manusia yang merupakan makhluk sosial ciptaan Tuhan yang suci. Hal ini didasari oleh kelahirannya menjadi makhluk hidup dibersihkan mulai dari dalam kandungan hingga meninggal dunia, baik jasmani (*sekala*) maupun rohani (*niskala*). Secara Jasmaninya, setiap hari dibersihkan dengan mandi, keramas, dan sebagainya yang berhubungan dengan kebersihan badan atau disebut dengan membersihkan raga. Secara rohani atau jiwanya dibersihkan melalui berbagai ritual, pengelukan, serta mengonsumsi makanan suci dan bersih secara *sekala* dan *niskala*, sehingga kesucian jiwa dan raga didasari atas konsep *sukla*.

Definisi pertama mengindikasikan bahwa *sukla* adalah sebuah produk dengan kelayakan yang tidak ada efek buruk bagi manusia. Kedua, berada dalam definisi rohani dan mempengaruhi sisi pikiran serta kadar kecemerlangan pikiran. Mengantisipasi semua itu sebagai generasi Hindu Bali perlu mempunyai suatu gerakan dalam menjaga *keajegan* konsep yang dicetuskan oleh leluhur terdahulu di tengah-tengah pembauran kebudayaan yaitu Gerakan *Sukla Satyagraha* yang digagas oleh Dr. Shri I Gusti Ngurah Arya Wedakarna Mahendradatta Wedasteraputra Suyasa III. Gerakan *Sukla Satyagraha* merupakan gerakan untuk mewadahi gerakan para penggerak ekonomi Bali dalam memberikan edukasi kepada masyarakat pelaku industri agar menerapkan prinsip-prinsip kepatutan sesuai tata etika Hindu untuk menjaga kesucian.

Gerakan ini sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi *krama* Bali yang berpegang teguh pada tata etika ke-Hindu-an, sekaligus mensinergikan antara konsep leluhur dengan konsep generasi zaman modern yang telah mengalami perubahan. Tujuannya adalah untuk melestarikan konsep budaya leluhur terdahulu, sekaligus membantu pelaku bisnis *krama* Bali terarah dan terorganisir dalam menghadapi perkembangan zaman yang semakin modern, sehingga sesuai dengan harapan, seperti pepatah “menyelam sambil minum air”, yakni sekali bergerak antara budaya, kesucian dan pelaku bisnis karma Bali dapat *ajeg* dan lestari. Gerakan *Sukla Satyagraha* sebagai gerakan melestarikan konsep Leluhur dalam menjaga kebersihan dan kesucian jiwanya meluncurkan *logo Sukla Satyagraha*.

Peranan simbol visual sebagai alat komunikasi penting, mengingat keberadaannya tidak terbatas dalam kehidupan sehari-hari. Logo adalah atribut

utama yang terlihat secara fisik, seperti wajah pada manusia. Melalui logo, tergambar semua atribut non fisik lainnya. Logo merupakan bagian dari identitas perusahaan yang dirancang, terutama sebagai simbol pembeda agar dapat dikenali di antara perusahaan atau organisasi lainnya. Logo juga sebagai alat komunikasi yang mencerminkan nilai-nilai ideal suatu perusahaan yang sengaja dibentuk dan memainkan peran penting bagi diri konsumen, khususnya peran dalam menciptakan persepsi yang kuat tentang merek atau perusahaan, serta mempunyai arti penting karena dapat mengingatkan khalayak akan perusahaan tersebut. Setiap orang dapat merepresentasikan sebuah gambar yang sama dengan makna yang berbeda-beda (Anggoro, 2001:280).

Logo atau tanda gambar merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan dan organisasi (Kusrianto, 2009:232). Logo yang baik akan mampu mencerminkan jenis usaha yang dikelola pemilik logo berdasarkan *idiom-idiom* grafis yang dikenal oleh publik. Pada prinsipnya, logo merupakan simbol yang mewakili sosok, wajah, dan eksistensi suatu perusahaan atau produk perusahaan. Visualisasi logo adalah suatu gambar berupa unsur bentuk dan warna. Oleh karena sifat dari yang diwakili logo berbeda satu sama lain, maka logo memiliki bentuk yang berbeda meliputi bentuk fisik, warna, dan dimensi. Ciri logo yang efektif bentuk logo mengikuti kaidah-kaidah dasar desain (misalnya bidang, warna, bentuk, konsistensi, dan kejelasan). Menurut David E Carter, pakar *corporate identity*, pertimbangan-pertimbangan tentang logo yang baik harus mencakup beberapa hal, yaitu *pertama, original and distinctive* atau memiliki kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas. *Kedua, egible* atau memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda. *Ketiga, simple* atau sederhana, dengan pengertian mudah diterima dan dimengerti dalam waktu yang singkat. *Keempat, memorable* atau cukup mudah untuk diingat, karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang relatif lama. *Kelima, easily associated with the company*, logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi. *Keenam, easily adabtable for all graphic media* atau faktor kemudahan mengaplikasikan (memasang) logo menyangkut bentuk fisik, warna dan konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada saat proses pencanangan, Hal ini untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya (Kusrianto, 2009:234).

Seni rupa merupakan salah satu kesenian yang mengacu kepada bentuk visual atau sering disebut bentuk perupa yang merupakan susunan atau komposisi dan satu kesatuan dari unsur-unsur rupa. Penyusunan unsur rupa dalam mewujudkan bentuk pada seni rupa diperlukan hukum atau azas penyusunan, untuk menghindari kemonotonan dan kekacau-balauan (Dharsono, 2017:36). Estetika adalah salah satu cabang filsafat yang mempelajari atau membahas mengenai keindahan. Estetika akan selalu berhubungan dengan hal yang bersifat baik dan buruk, antara indah dan buruk, dan tidak membicarakan hal-hal yang bersifat benar dan salah. Keindahan merupakan kesenangan rasa ketika indra mencerap objek-objek seni. Nilai estetika dalam desain diperlukan prinsip dan azas desain. Adapun prinsip desain adalah: keselarasan (*harmony*), kesatuan (*unity*), keseimbangan (*balance*), aksentuasi (*emphasis*), kesederhanaan (*simplicity*), dan proporsi. Azas desain dalam *harmony* terdiri atas: garis, bangun (*shape*), proporsi, tekstur, ide, dan warna (Dharsono, 2004:12).

Logo *Sukla Satyagraha* dibahas berdasarkan peranan unsur dan prinsip estetika yang terdapat dalam logo serta maksud dari logo tersebut. Penelitian tentang logo diteliti sesuai dengan bidang yang dibahas yaitu desain komunikasi visual agar dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat pentingnya estetika dalam desain logo. Tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk menganalisis estetika logo *Sukla Satyagraha* di Denpasar. Logo *Sukla Satyagraha* menjadi ciri khas dengan kearifan lokal dari Bali yang menjadi daya tariknya. Konsep bentuk pada logo tersebut diteliti dan dianalisis lebih dalam agar mendapatkan gambaran yang lebih jelas dan rinci mengenai estetika, fungsi, dan makna logo *Sukla Satyagraha* di Denpasar. Oleh karena itu, agar tidak terjadi salah interpretasi dari masyarakat kota Denpasar, maka melalui penelitian ini permasalahan tentang estetika logo *Sukla Satyagraha* di Denpasar dapat terselesaikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan proses yang dilakukan secara bertahap, yakni dari perencanaan dan pelaksanaan penelitian, menentukan fokus penelitian, waktu penelitian, pengumpulan data, analisis, dan penyajian hasil penelitian. Rancangan penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif yaitu menggambarkan, memaparkan, dan menguraikan objek yang diteliti (Arikunto, 2006:11). Data penelitian kualitatif deskriptif, data yang dikumpulkan lebih banyak berupa kata-kata atau gambar-gambar daripada angka-angka. Dengan demikian, penelitian deskriptif

kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk membuat deskripsi atau gambaran dalam memahami fenomena-fenomena tentang yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya: perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain.

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

Estetika adalah suatu kondisi yang berkaitan dengan keindahan yang dirasakan seseorang, tetapi rasa keindahan itu akan dirasakan apabila adanya perpaduan dari elemen-elemen yang terkandung pada suatu objek. Logo adalah sebuah identitas yang dikomunikasikan dan memiliki makna. Logo *Sukla Satyagraha* di Denpasar dianalisis menggunakan prinsip desain dengan melihat unsur pembentuk desain komunikasi visual yaitu garis, bentuk, tipografi dan warna. Setelah menguraikan unsur pembentuk, maka logo dianalisis dengan menggunakan prinsip desain yang terdiri atas kesatuan, keseimbangan, dan proporsi yang didukung oleh hasil wawancara peneliti kepada informan yaitu I Wayan Widia Adnyana, I Nengah Gama, I Made Guna dan I Nyoman Sariada.

Unsur Pembentuk Logo *Sukla Satyagraha*

Unsur pembentuk dapat diartikan berdasarkan susunan garis jika disusun bersamaan dengan bentuk dan warna dapat membentuk sebuah logo. Pembagian unsur pembentuk didasarkan atas uraian elemen desain komunikasi visual menurut Sumbo Tinarbuko yang dilengkapi oleh Hendi Hendratman yaitu garis, bentuk, huruf atau tipografi dan warna yang didukung hasil wawancara.

Estetika garis logo *Sukla Satyagraha*

Karakter dan suasana yang berbeda dimiliki setiap garis, misalnya garis yang berbentuk "S" yang dirasakan sebagai sesuatu yang lembut, halus dan gemulai. Jika dibandingkan dengan garis yang membentuk "Z" terkesan tegas dan kaku. Terdapat empat jenis dari garis, yaitu: 1) Garis lurus, yang terdiri dari garis horizontal, vertikal, miring diagonal. 2) Garis melengkung, 3) Garis majemuk terdiri dari zigzag, 4) Garis gabungan yaitu garis hasil gabungan ketiga garis di atas.



Gambar 1. Garis pada logo *Sukla Satyagraha*
(Sumber: Made Artlissa, 2020)

Estetika dapat ditinjau dari setiap goresan atau garis yang dihasilkan, karena garis memberikan kesan psikologis yang terlihat sehingga dari kesan yang berbeda maka garis memiliki karakter yang berbeda. Meskipun garis belum berbentuk, tetapi garis bisa memberikan kesan. Unsur garis pada logo *Sukla Satyagraha* memberikan sebuah pola, bentuk terbentuk karena adanya garis. Pada logo *Sukla Satyagraha*, garis yang digunakan adalah garis dengan goresan yang berbeda sehingga menimbulkan kesan yang artistik dibandingkan dengan garis yang hanya lurus saja. Garis lengkung yang terdapat pada logo menghasilkan kesan yang dinamis, tidak kaku dan membuat lebih berenergi.

Garis spiral pada logo *Sukla Satyagraha* menimbulkan kesan bergerak dan hidup terlihat suatu putaran atau dinamika. Pada garis spiral logo memberi arti agar membuat suatu *interest* dan untuk menarik perhatian, membuat sesuatu alur atau arah tujuan seperti pusaran air sesuai dengan tujuan dari logo *Sukla Satyagraha*. Garis horizontal dan vertikal ditata dan dirangkai sehingga menghasilkan kesan tegas, tinggi, kokoh dan konsisten. Garis lengkung pada logo *Sukla Satyagraha* memberi arti bahwa membuat logo itu tidak kaku, menarik ketika dipandang orang, membuat kesan harmonis dan mengalir dinamis. Garis lengkung pada logo agar membuat menarik dan kebebasan dalam membuat bentuk, menyatukan garis-garis yang lainnya dan sebagai kesan penyatuan untuk garis-garis lain.

Garis tegak vertikal memberi arti bahwa berhubungan kepada Tuhan dan kaitan dengan logo tidak lepas dari hubungan manusia dengan Tuhan karena Beliau adalah segalanya. Logo membuat sesuatu yang pasti tegas dan kuat dalam mempengaruhi dan meyakinkan konsumen. Garis-garis tersebut memiliki arti untuk menyatukan dalam membuat keharmonisan, sehingga terbentuk ornamen-ornamen Bali untuk meyakinkan konsumen terhadap visi misi dari sukla. Motif hias yang digunakan pada logo *Sukla Satyagraha* adalah garis lurus (*vertikal*), mendatar (*horizontal*) semua unsur-unsur itu ditata dan dirangkai secara terpadu sesuai dengan struktur yang diinginkan seperti berbentuk swastika yang ada pada logo. Kombinasi semua unsur itu tertata dan dijadikan lambang agama Hindu *Dharma*.

Teori Hendratman garis lengkung menghasilkan kesan keanggunan, halus dan mengalir. Pada garis vertikal menghasilkan kesan stabil, kuat, kokoh, atau kemegahan. Garis horizontal menghasilkan kesan tenang, pasti atau hal yang tak bergerak. Garis spiral menghasilkan kesan kelahiran atau generasi penerus, hipnotis.

Hasil wawancara peneliti kepada bapak I Wayan Widia Adnyana pada tanggal 05 juni 2020 bahwa adanya unsur garis pada logo *Sukla Satyagraha* membantu desainer untuk membuat sebuah kesatuan logo yang utuh dengan ditambah beberapa unsur-unsur pembentuk lainnya sehingga menghasilkan logo yang sesuai dengan visi dan misi dari gerakan tersebut.

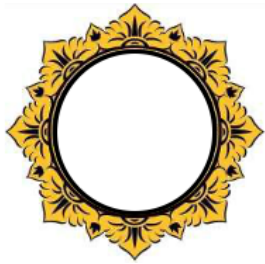
Estetika bentuk logo *Sukla Satyagraha*

Logo *Sukla Satyagraha* menggunakan bentuk yang menyerupai wujud alam. Artinya, bahwa pada bentuk logo *Sukla Satyagraha* terdapat beberapa garis yang membentuk ornamen menyerupai bentuk *mas-masan*, ornamen yang berbentuk *kakul*, lambang yang berbentuk *swastika* dan garis yang berbentuk dasar 2 dimensi yaitu lingkaran.

Teori Hendratman pada bentuk lingkaran menghasilkan kesan kekuatan atau kekokohan dan persatuan. Hasil wawancara peneliti kepada bapak I Wayan Widia Adnyana pada tanggal 05 juni 2020, bahwa ornamen *mas-masan* merupakan wujud bentuk desainer untuk membuat hiasan yang membentuk garis kearah atas dengan arti mengarah arah mata angin. Adanya perubahan wujud pada logo *Sukla Satyagraha* pengolahan objek adalah stilirisasi karena mencapai bentuk artistik dengan cara menggayakan objek dan atau benda yang digambar di setiap kontur objek logo *Sukla Satyagraha* tersebut. Bentuk di atas, terlihat menyerupai cahaya dan membentuk arah ke atas, ke kiri, ke kanan, dan ke bawah. Arah tersebut memiliki tujuan untuk menunjuk arah mata angin dan bentuknya seperti bentuk daun pada tumbuhan. Hal ini didukung oleh teori bahwa ornamen *keketusan mas-masan* merupakan sebuah susunan simetris dari stilirisasi daun waru, sebagai inspirasi ornamennya. Bentuk tersebut juga gubahan dari tumbuhan daun ubi jalar, juga dibentuk seperti bentuk api-apian.



Gambar 2. Bentuk keketusan *mas-masan*
(Sumber: google.com)



Gambar 3. Bentuk pada logo Sukla Satyagraha
(Sumber: Made Artlissa, 2020)

Ornamen *keketusan* adalah sebuah hasil karya seni yang ide atau konsep dasarnya diambil dari benda-benda alam, tumbuh-tumbuhan, dan juga binatang. Bentuk alam ini kemudian distilir/dideformasi/diubah dalam bentuk ornamen. Tujuan ornamen *keketusan* diciptakan untuk mengisi bagian-bagian *pepalihan* (bagian-bagian yang berbentuk segi-empat panjang, seperti punden berundak-undak), dari bangunan arsitektur tradisional Bali. Motif hias *mas-masan* pada logo ini dibuat ukurannya lebih besar dan diletakkan di bagian luar dan sebagai bingkai sehingga membuat sebuah keutuhan logo.

Hasil wawancara kepada Bapak I Wayan Widia Adnyana (2020) selaku konseptor bahwa ornamen Bali yang digunakan pada logo *Sukla Satyagraha* ini, merupakan ornamen dari *keketusan mas-masan* dan *kakul-kakulan* yang digunakan sebagai bingkai dari *pepatram* bidang lingkaran. Di dalam ornamen tersebut terdapat *reringgitan* atau ukiran yang berarti daya gerak dan *kreatifitas* sebagai wujud nyata *karmayoga* yang dianggap sebagai simbol ketulusan/fokus dalam bekerja dan bentuk ornamen seperti daun yang mengarah ke atas merupakan arti dari dewa *Sanggha* (arah mata angin). *Dewata Nawa Sanggha* adalah sembilan dewa atau manifestasi Ida Sang Hyang Widhi Wasa yang menjaga atau menguasai sembilan penjuru mata angin. Sembilan Dewa itu tersebut adalah Dewa *Wisnu* (Uttara), *Sambhu* (Timur Laut), *Iswara* (Timur), *Maheswara* (Tenggara), *Brahma* (Selatan), *Rudra* (Barat Daya), *Mahadewa* (Barat), *Sangkara* (Barat Laut), dan *Siwa* (Tengah).



Gambar 4. Arah mata angin dewata nawasanggha
(Sumber: google.com)

Bentuk yang kedua adalah bentuk ornamen *kakul-kakulan*.



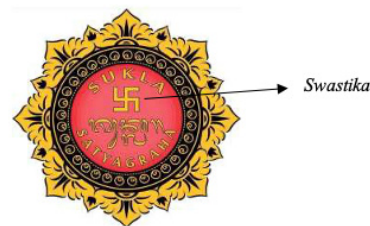
Gambar 5. Ornamen *kakul-kakulan* logo Sukla Satyagraha
(Sumber: Made Artlissa, 2020)



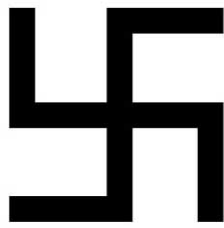
Gambar 6. ornamen *kakul-kakulan*
(Sumber: google.com)

Ornamen *kakul-kakulan* seperti yang tampak pada gambar merupakan stilirisasi dari binatang keong atau siput yang dalam bahasa setempat disebut dengan “*kakul*”. Dalam penerapan ornamen bentuk keong dimodifikasi dengan bentuk lingkaran, garis melengkung dan garis spiral. Logo *Sukla Satyagraha* pada bentuk *kakul* memiliki dua arah yang berbeda mengarah ke kanan dan ke kiri seperti bercermin. Kehadiran ornamen *kakul-kakulan* sebagai penetralisir dan penyatuan ornamen yang satu dengan yang lain. Bentuk lingkaran memberi arti seperti matahari dan ornamen *mas-masan* sebagai sinarnya yang memiliki arti bahwa logo *Sukla Satyagraha* sebagai pencerahan terhadap konsumen dan memberi keyakinan dan kepercayaan kepada konsumen.

Teori ornamen *kakul-kakulan* hanya mengarah kekanan seperti arah jarum jam. Pada hasil wawancara dengan Bapak I Wayan Widia Adnyana bahwa ornamen *keketusan kakul-kakulan* di gelang lingkaran berjumlah 33, sebagai simbol dewa-dewa. Logo *Sukla Satyagraha* tidak sepenuhnya mengikuti pakem ornamen Bali. Bentuk yang ketiga adalah bentuk *swastika*.

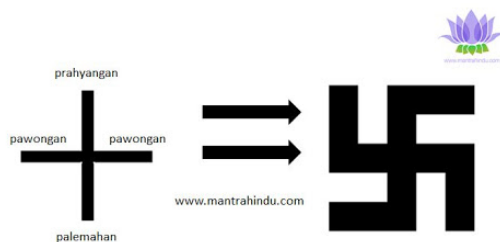


Gambar 7. Swastika pada logo Sukla Satyagraha
(Sumber: Made Artlissa, 2020)



Gambar 8. Swastika
(Sumber: google.com)

Swastika Hindu merupakan salah satu simbol yang paling disucikan dalam tradisi Hindu, merupakan contoh nyata tentang sebuah simbol religius yang memiliki latar belakang sejarah dan budaya yang kompleks sehingga hampir mustahil untuk dinyatakan sebagai kreasi atau milik sebuah bangsa atau kepercayaan tertentu. *Swastika* merupakan bentuk doa geometris kepada kekuatan mahasuci agar diberikan kekayaan, kesenangan, kebahagiaan, dan kemakmuran dalam segala hal. *Swastika* erat hubungannya dengan *swastiastu*, yang merupakan salah satu simbol bagi ajaran *dharma*. *Swastika* adalah dasar kekuatan dan kesejahteraan Buana Agung (Makrokosmos) dan Buana Alit (Mikrokosmos).



Gambar 9. Lambang Swastika
(Sumber: google.com)

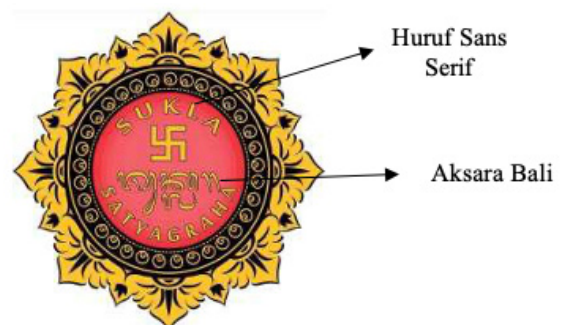
Swastika merupakan lambang yang juga dipakai oleh umat Hindu. Lambang saling menyilang dalam ajaran Hindu merupakan kerangka dasar dari salah satu simbol agama Hindu yaitu *swastika*. Bentuk *swastika* dibuat sedemikian rupa sehingga mirip dengan galaksi atau kumpulan bintang-bintang di cakrawala yang merupakan dasar kekuatan alam ini. *Swastika* memiliki dasar lambang saling menyilang. Di Bali dikenal dengan tanda *Tapak Dara*, tanda tambah (+). Gambar *tapak dara* di Bali digunakan untuk menolak marabahaya atau memberi ketenangan kepada seseorang setelah terjadi sesuatu yang mengejutkan. *Tapak Dara* sebagai dasar *Swastika*.

Peneliti didukung hasil wawancara dengan I Wayan Widia selaku konseptor bahwa *Swastika* logo *Sukla*

Satyagraha menjadi sebuah simbol keseimbangan. Simbol keseimbangan tersebut dimaksudkan bahwa menjaga keseimbangan dengan menjaga kesucian jiwa maupun raga (bersih secara *sekala* dan *niskala*) manusia Hindu khususnya Hindu Bali sesuai dilahirkan menjadi manusia yang bersih secara *sekala* dan *niskala*.

Hasil wawancara peneliti terhadap I Wayan Sariada selaku informan bahwa ornamen *mas-masan* merupakan delapan daun berwarna kuning mas yang melambangkan keseimbangan. Pada bentuk lingkaran melambangkan kebulatan dan tekad yang kuat. Ornamen *kakul* melambangkan benih mulya. Lambang swastika melambangkan agama Hindu nyujur Ida Sang Hyang Widhi. I Made Guna juga mengatakan bahwa ornamen *mas-masan* merupakan kuping celeng/*asta dhala* dengan jumlah delapan sesuai arah mata angin yang artinya keseimbangan. Ornamen *kakul* merupakan benih-benih yang sangat mulia. Lingkaran yaitu kebulatan tekad dan lambang *swastika* dengan lambang air naik yang artinya lambang Ketuhanan/ lambang agama Hindu/umat Hindu nyujur Ida Sang Hyang Widhi. Menurut I Nengah Gama selaku informan yang ahli dalam bidang logo bahwa bentuk-bentuk visual dalam logo masih tradisional yang mencerminkan Bali. Untuk ruang lingkup yang luas arah nasional masih harus direvisi lagi dikarenakan masih mirip-mirip dengan logo-logo yang ada. Di Bali rata-rata bentuk logo masih menggunakan pakem lama, jika ingin membuat sesuatu yang berbeda harus berani keluar dari pakem tanpa meninggalkan unsur-unsur atau *basic* dari tujuan logo misalnya harus mengandung unsur Bali, tetap menggunakan ornamen tapi dibuat secara berbeda.

Estetika tipografi logo *Sukla Satyagraha*



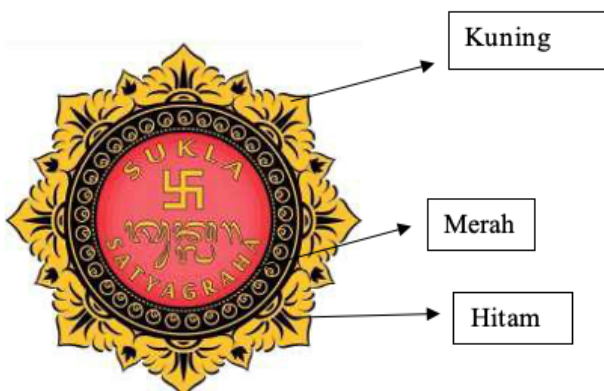
Gambar 10. Tipografi logo *Sukla Satyagraha*
(Sumber: Made Artlissa, 2020)

Tipografi logo *Sukla Satyagraha* terbagi menjadi dua jenis huruf yaitu huruf latin dan aksara Bali. Huruf latin menghasilkan kesan tegas tetapi mudah dibaca dan dimengerti sehingga pesan yang disampaikan dapat komunikatif. Jenis aksara bali digunakan ke

dalam logo *Sukla Satyagraha* karena penggunaan aksara Bali merupakan bentuk penguatan identitas budaya daerah sebagai bagian utuh kekayaan budaya nasional dalam kerangka Ideologi Pancasila, UUD NKRI tahun 1945, NKRI dan Bhinneka Tunggal Ika.

Didukung dengan teori Hendratman bahwa tipografi yang terkandung pada logo *Sukla Satyagraha* merupakan jenis huruf tak berkait (*sans serif*) karena setiap ujung huruf yang ada pada logo *Sukla Satyagraha* dibuat tajam, sederhana, akrab dan huruf ini digunakan karena sangat mudah dibaca. Teori ini didukung oleh hasil wawancara peneliti kepada desainer (05 Juni 2020) bahwa huruf *Sukla Satyagraha* digunakan sebagai identitas sesuai dengan tujuannya untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang arti dari logo *Sukla Satyagraha*. Tetapi pada wawancara kepada I Nengah Gama menganggap bahwa jenis tulisan *Sukla* masih biasa aja, masih standar dan tidak membuat sesuatu yang berbeda dengan logo lain. Maka, dapat dikatakan bahwa tipografi pada logo *Sukla Satyagraha* merupakan jenis huruf yang simple dan mudah dibaca tanpa ada hiasan-hiasan sehingga keuntungannya adalah dapat dibaca dengan mudah oleh masyarakat.

Estetika warna logo *Sukla Satyagraha*



Gambar 11. Warna logo *Sukla Satyagraha*
(Sumber: Made Artlissa, 2020)

Warna merupakan media paling akhir dalam komunikasi simbolik dan yang terpenting. Nyatanya, warna dibagi ke dalam dua *section*, warna yang timbul karena sinar (RGB) dan warna yang dibuat dalam unsur tinta atau cat (CMYK). Logo *Sukla Satyagraha* terdapat beberapa warna di dalamnya yaitu warna merah, warna kuning dan warna hitam. Dalam estetika, warna mempunyai peranan penting, salah satunya sebagai lambang atau simbol. Kehadiran warna melambangkan sesuatu yang merupakan tradisi atau pola umum. Kehadiran warna ini bertujuan untuk memberikan tanda tertentu.

Pada logo *Sukla Satyagraha*, kehadiran warna kuning, warna merah dan warna hitam adalah untuk memberikan tanda tertentu sehingga terdapat nilai estetika pada unsur warna logo *Sukla Satyagraha*.

Warna Merah

Warnamerah termasuk kedalam warnaprimer. Warna merah pada logo *Sukla Satyagraha* berada ditengah-tengah lingkaran logo sehingga mencuri perhatian bagi yang melihatnya. Warna merah memberi kesan berani, kuat dan menjadi pusat perhatian dari warna lainnya. Didukung oleh teori Hendratman bahwa warna merah memberikan kesan emosi yang kuat, energi keberanian, perjuangan, gairah dan kemauan keras. Sesuai dengan hasil wawancara dengan I Wayan Widia bahwa warna merah pada logo *Sukla Satyagraha* dianggap memiliki simbol kekuatan dan keberanian. Wawancara peneliti kepada informan I Made Guna bahwa warna merah dalam lingkaran memiliki arti berani bergerak kemana saja.

Warna Kuning

Warna kuning termasuk kedalam warna primer. Pada logo *Sukla Satyagraha* termasuk kedalam warna kuning keemasan yang mencerminkan kemewahan, identik dengan agama Hindu. Didukung oleh teori bahwa warna kuning memberikan kesan semangat, ceria, kreatif dan bebas. Pada wawancara peneliti kepada narasumber bahwa warna kuning merupakan warna yang banyak digunakan dalam budaya Hindu Bali (kuning keemasan). Warna kuning pada logo *Sukla Satyagraha* artinya putih/kuning merupakan arti yang sama yaitu kesucian hati.

Warna Hitam

Warna hitam pada logo *Sukla Satyagraha* disamping sebagai *outline* dan blok lingkaran untuk ornamen *kakul-kakulan* yang membuat kesan tegas, tajam sehingga logo *Sukla Satyagraha* menjadi kontras. Didukung hasil wawancara peneliti kepada narasumber bahwa warna hitam pada logo *Sukla Satyagraha* mencerminkan kesan tegas, kuat dan menetralsisir dari unsur warna lainnya. Teori ini didukung oleh hasil wawancara peneliti kepada bapak I Wayan Adnyana selaku pencetus ide bahwa logo *Sukla Satyagraha* terdiri dari beberapa warna yaitu warna kuning, warna merah, dan warna hitam. Beliau mengatakan bahwa warna merah melambangkan simbol keberanian, warna kuning melambangkan warna yang identik dengan ajaran agama Hindu dan warna hitam termasuk sebuah warna yang dapat digabungkan dengan berbagai jenis warna (tanggal 05 juni 2020).

Wawancara peneliti kepada I Nengah Gama menganggap bahwa warna-warna yang digunakan masih mengikuti *basic* dari warna agama Hindu

yaitu warna merah, kuning, hitam. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada warna logo *Sukla Satyagraha* menggunakan warna yang simple, warna yang memang sudah dikenal oleh masyarakat yang berhubungan dengan warna-warna Bali terutama warna agama Hindu yaitu warna merah, warna kuning, warna hitam.

Prinsip Desain Pembentuk Estetika

Logo *Sukla Satyagraha* dalam menghasilkan sebuah karya desain grafis memperhatikan masalah komposisi. Komposisi adalah pengorganisasian unsur-unsur rupa yang disusun dalam karya desain grafis secara harmonis antara bagian, maupun antara bagian dengan keseluruhan. Komposisi yang terdapat di dalam logo *Sukla Satyagraha* dapat diperoleh dengan mengikuti kaidah atau prinsip-prinsip komposisi yang meliputi kesatuan (*Unity*), keseimbangan (*Balance*) dan proporsi. Dengan demikian, tercipta suatu karya yang memiliki nilai keindahan.

Prinsip Kesatuan

Kesatuan mampu dicapai dengan membahas unsur dan elemen desain. Berikut merupakan penjelasan kesatuan yang dicapai melalui unsur dan elemen pada logo *Sukla Satyagraha*. Kesatuan dapat dilihat dari elemen garis, bentuk, tipografi dan warna yang membentuk satu kesatuan desain yang utuh, serta adanya keterikatan dan keterkaitan antara setiap elemen, sehingga tidak terkesan berantakan.



Gambar 12. Prinsip kesatuan logo Sukla Satyagraha
(Sumber: Made Artlissa, 2020)

Ilustrasi logo *Sukla Satyagraha* terdapat beberapa unsur garis tegak lurus (*vertical lines*) sebagai unsur yang menyatu pada logo *Sukla Satyagraha*. Garis mendatar (*horizontal lines*) sebagai unsur garis yang menyatu pada logo *Sukla Satyagraha*. Garis lengkung sebagai unsur garis yang menyatu dengan logo *Sukla Satyagraha*. Garis berbentuk kotak untuk lambang *swastika*. Garis silang pada lambang *swastika*. Tipografi yang terdiri dari tulisan latin dan aksara Bali yang mencerminkan Bali. Warna logo *Sukla Satyagraha* memiliki beberapa warna yang mencerminkan warna Bali. Sehingga terdapat

prinsip kesatuan didalamnya.

Prinsip Keseimbangan

Keseimbangan dalam penyusunan adalah keadaan atau kesamaan antara kekuatan yang saling berhadapan dan menimbulkan adanya kesan seimbang secara visual ataupun secara intensitas karya. Bobot visual ditentukan oleh ukuran, wujud, warna, tekstur, dan kehadiran semua unsur dipertimbangkan dan memperhatikan keseimbangan. Ada dua macam keseimbangan yang diperhatikan dalam penyusunan bentuk, yaitu keseimbangan formal dan keseimbangan informal (Dharsono, 2017:56-57). Keseimbangan Formal yaitu pada dua pihak berlawanan dari satu poros. Keseimbangan formal kebanyakan simetris secara eksak atau ulangan berbalik pada sebelah menyebelah. Dan keseimbangan Informal yaitu keseimbangan sebelah menyebelah dari susunan unsur yang menggunakan prinsip susunan ketidaksamaan atau kontras dan selalu asimetris.

Keseimbangan simetris yaitu komponen desain seakan dicerminkan pada garis sumbu khayal. Dengan demikian anda akan melihat komponen yang sama pada kedua daerah dari garis sumbu. Desain dengan keseimbangan simetris relatif mudah ditangkap mata dan mudah dibuat dan keseimbangan asimetris yaitu tidak ada komponen grafis yang tersusun seperti cermin. Desain asimetris berkesan informal, modern, dinamis, menantang dan berani (Hendratman, 2017:42). Logo *Sukla Satyagraha* memiliki unsur yang berbeda untuk menimbulkan kesan seimbang. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 13. Prinsip keseimbangan logo Sukla Satyagraha
(Sumber: Made Artlissa, 2020)

Logo *Sukla Satyagraha* memiliki prinsip keseimbangan yaitu prinsip keseimbangan simetris. Keseimbangan simetris yaitu komponen desain seakan dicerminkan pada garis sumbu khayal. Dengan demikian akan dilihat komponen yang sama pada kedua daerah dari garis sumbu. Keseimbangan simetris pada logo *Sukla Satyagraha* dapat dilihat

melalui unsur bentuk, tipografi dan warnanya. Keseimbangan juga terlihat stabil dan juga dinamis jika dilihat dari berbagai sudut pandang. Untuk sebuah logo, logo *Sukla Satyagraha* menerapkan bentuk keseimbangan formal.

Kesatuan desain yang meliputi garis horizontal, vertikal, garis lengkung, bentuk ornamen, lambang *swastika*, tipografi yang mudah dibaca, aksara bali, warna merah, warna kuning, warna hitam. Hal ini dapat dilihat pada gambar di atas, penyusunan elemen bentuk di sisi kiri dan sisi kanan dengan ilustrasi, tipografi dan warna yang sama, garis yang membentuk gelombang seperti membentuk patra, garis yang membentuk lingkaran. Sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak I Wayan Widia Adnyana pada tanggal 05 Juni 2020, bahwa keseimbangan dalam logo tersebut dapat dilihat pada penggunaan bentuk ornamen *mas-masan*, ornamen *kakul*, tipografi, aksara bali, garis lingkaran, dibuat sesuai dengan visi misi dari gerakan *Sukla Satyagraha*. Secara keseimbangan pada logo *Sukla Satyagraha* termasuk kedalam simetris yaitu keseimbangan formal. Keseimbangan formal menimbulkan kesan dinamis sehingga logo tersebut dapat diterima oleh masyarakat.

Prinsip Proporsi

Logo *Sukla Satyagraha* komposisi penyusunan elemen desain yang digunakan dapat dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 14. Prinsip Proporsi logo Sukla Satyagraha
(Sumber: Made Artlissa, 2020)

Elemen garis, bentuk, tipografi dan warna yang membentuk suatu gambar pada logo menggunakan ukuran-ukuran yang berbeda dalam penyusunannya. Sehingga nantinya logo akan tetap bisa terlihat dan terbaca dengan jelas. Proporsi pada logo *Sukla Satyagraha* dibuat dengan memperhatikan penempatan garis, bentuk, tipografi. Hal tersebut dapat dilihat dari elemen-elemen yang menyatu dengan warna yang digunakan. Warna merah digunakan untuk memberikan kesan berani, warna kuning memberikan kesan sinar matahari

(wawancara, 05 Juni 2020).

SIMPULAN

Logo *Sukla Satyagraha* pada pembahasan estetika, daya tarik artistik dan estetikanya dilihat dari elemen pembentuk serta makna logo. Logo *Sukla Satyagraha* dibentuk oleh elemen garis; yakni garis lurus yang terdiri dari garis vertikal dan garis horizontal; garis lengkung yang membentuk ornamen *mas-masan* dan ornamen *kakul*, garis horizontal dan garis vertikal yang membentuk lambang *swastika* dan bentuk lingkaran. Pembentukan elemen tersebut tidak terlepas dari peranan prinsip desain dan nilai ekstrinsik yang membentuk logo tersebut sehingga terciptanya desain yang menarik dan memenuhi kriteria desain seperti proporsi dan komposisinya.

DAFTAR RUJUKAN

A.A.A. Djelantik. *Estetika Sebuah Pengantar*. Bandung: MSPI, 1999.

Agung, Lingga. *Pengantar Sejarah dan Konsep Estetika*. Yogyakarta: PT. Kanisius, 2017.

Junaedi, Deni. *Estetika: Jalinan Subjek, Objek dan Nilai*. Yogyakarta: ArtCiv, 2017.

Kusrianto, Adi. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI, 2007.

Kartika, Dharsono Sony. *Seni Rupa Modern (Edisi Revisi)*. Bandung: Rekayasa Sains, 2017.

Daftar Narasumber/Informan

Gama, I Nengah (59thn), Informan desain komunikasi visual, wawancara tanggal 10 Juni 2020.

Guna, I Made (57thn), Informan ahli keagamaan, wawancara tanggal 10 Juni 2020.

Sariada, I Wayan (57thn), Informan ahli keagamaan, wawancara tanggal 10 Juni 2020.

Adnyana, I Wayan Widia (47thn), wawancara tanggal 05 Juni 2020.