

ANALISIS PERBANDINGAN LOGO PERTAMINA DENGAN LOGO KARYA ARTIFICIAL INTELLIGENCE MENGGUNAKAN LOGO AI

Gabriel Antonio Nicholas Nara^{1*}

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Rekayasa Industri dan Desain, Institut Teknologi Telkom
Purwokerto
Jl. D.I Panjaitan 128, Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Indonesia

e-mail: 20105038@ittelkom-pwt.ac.id^{1*}

Received : 1 Oktober, 2023

Accepted : 20 November, 2023

Published : 26 Desember, 2023

Abstract

A Logo is one of the important design works because a logo serves as the face of a brand. A logo must be able to represent the characteristics of its brand in order to differentiate itself from other brands. Like other brands, Pertamina is also a big brand that has a logo. The logo was made by a design agency handled by several logo designers so that it can create a good and effective result. However, making the logo costs quite a lot of money, whereas on the internet there are already so many sites for automatic logo generators with artificial intelligence technology such as LogoAi which require lower costs than paying for a design agency. Therefore, the aim of this research is to compare the basic elements of a logo designed by a designer with a logo created using LogoAi. The results that were obtained after a deeper analysis using the basic principles of logo design according to Jacob Cass, was revealed that a logo created using LogoAi can only create a simple and versatile logo. To create a unique logo, which is not only good visually, but also long lasting and contains meaning that can represent a company's brand, can only be achieved by human creativity and the ability to give meaning that only humans have, and cannot be replaced by technology right now. Therefore, the real Pertamina logo is effective because it fulfills all the basic design principles when compared to the logo made by LogoAi.

Keywords: logo, artificial intelligence, effective

Abstrak

Logo merupakan salah satu karya desain yang penting karena logo bertugas sebagai wajah dari sebuah brand. Sebuah logo harus mampu mewakili karakteristik dari brand-nya agar dapat membedakan diri dari brand lainnya. Seperti brand lainnya, Pertamina juga merupakan sebuah brand besar yang memiliki sebuah logo. Logo tersebut dibuat oleh sebuah agensi desain yang ditangani oleh beberapa desainer logo sehingga dapat menciptakan hasil yang bagus dan efektif. Akan tetapi dalam pembuatan logo tersebut menghabiskan biaya yang cukup tinggi, sedangkan di internet sudah tersedia begitu banyak situs pembuat logo otomatis berteknologi artificial intelligence seperti LogoAi yang memerlukan biaya lebih rendah dibandingkan membayar sebuah agensi desain. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah melakukan perbandingan secara unsur dasar terhadap logo yang dirancang oleh seorang desainer dengan logo yang dibuat

menggunakan LogoAi. Hasil yang kemudian didapatkan setelah menganalisis lebih dalam menggunakan prinsip dasar desain logo menurut Jacob Cass, terungkap bahwa logo yang dibuat menggunakan LogoAi hanya dapat menciptakan sebuah logo yang sederhana dan serbaguna saja. Untuk menciptakan sebuah logo unik yang tidak hanya bagus secara visual, tetapi juga dapat bertahan lama dan mengandung makna yang dapat mewakili sebuah brand perusahaan, diperlukan kreativitas dan kemampuan memberikan makna yang hanya dimiliki oleh manusia dan belum dapat digantikan oleh teknologi. Oleh karena itu, logo Pertamina yang sesungguhnya sudah termasuk efektif karena sudah memenuhi semua prinsip dasar desain apabila dibandingkan dengan logo buatan LogoAi.

Kata Kunci: logo, artificial intelligence, efektif

1. PENDAHULUAN

Dalam menjalankan suatu usaha atau produk, desain merupakan salah satu komponen penting yang harus diketahui. Desain merupakan perancangan yang dilakukan untuk memberikan fungsi, nilai tambah, identitas dan manfaat kepada suatu objek (E. Febriani, R. M. Yojana, D. Hetharia, 2022). Dengan kata lain, desain merupakan sebuah kegiatan merancang sesuatu untuk memberikan manfaat serta nilai yang lebih tinggi dari bentuk sebelumnya. Terdapat berbagai bentuk karya yang dapat dihasilkan dalam proses desain, salah satunya adalah logo. Logo adalah salah satu karya desain yang berfungsi untuk memberikan identitas kepada usaha atau produk agar berbeda dengan yang lainnya. Berdasarkan salah satu artikel milik Design Institute of Australia yang

dikutip di dalam buku *Mendesain Logo*, logo adalah sebuah simbol ataupun gambar yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi sebuah perusahaan tanpa perlu hadirnya nama perusahaan tersebut (S. Rustan, 2013). Logo yang baik adalah logo yang mampu menyimbolkan karakteristik *brand* sebuah produk atau perusahaan dan membuat masyarakat menjadi teringat dengan *brand* tersebut. *Brand* itu sendiri dapat diartikan sebagai sebuah rangkuman atau kumpulan elemen-elemen yang membentuk karakteristik sebuah entitas atau perusahaan (S. Rustan, 2013). Jadi *brand* pada dasarnya merupakan sebuah identitas secara keseluruhan milik sebuah perusahaan, dan logo merupakan bagian penting dari sebuah *brand*. Dapat diumpamakan bahwa logo merupakan wajah dan *brand* adalah keseluruhan anggota tubuhnya.

Sebuah logo secara umum dibuat oleh perancang logo atau disebut sebagai desainer logo. Berdasarkan buku *The Element of Logo Design*, tugas utama yang harus dilakukan seorang desainer logo adalah dapat menyampaikan informasi melalui karyanya secara visual dan menonjol dari yang lain (Alex W, 2017). Dengan begitu, seorang desainer logo harus dapat menciptakan sebuah logo yang unik sehingga logo tersebut dapat menyampaikan karakteristik dari sebuah *brand* dan tidak memiliki bentuk atau rupa yang sama dengan *brand* lain. Sebuah logo juga harus dapat mewakili sebuah *brand* dalam bentuk simbol tanpa harus menyebutkan nama *brand* tersebut secara langsung (A. Oscario, 2023). Karena logo berperan sebagai wajah utama dari sebuah *brand* yang akan paling sering dilihat oleh masyarakat secara umum.

Seiring dengan berkembangnya zaman, telah banyak tersedia jasa pembuat logo otomatis di Internet atau disebut sebagai *Online Logo Maker*. Jasa ini pada dasarnya merupakan suatu program yang dapat menghasilkan logo dengan cara mengisi informasi yang diperlukan dan menunggu beberapa saat hingga logo selesai tanpa harus mendatangi seorang desainer logo.

Pengoperasian teknologi seperti ini menggunakan teknologi yang bernama kecerdasan buatan atau *artificial Intelligence (Ai)*. Menurut *Online Publication Quartz* yang dikutip oleh N. Nurlela Arief dkk. pada tahun 2019, *artificial Intelligence* atau yang biasa disebut dengan *Ai* adalah sebuah perangkat lunak yang memiliki kemampuan untuk belajar dan kemudian dapat mengambil keputusan menggunakan pengetahuan tersebut seperti layaknya seorang manusia (N. Nurlaela Arief and M. Saputra, 2019). Biaya untuk menggunakan *online logo maker* juga sangat terjangkau apabila dibandingkan dengan membayar seorang desainer logo. Hal ini memunculkan sebuah kekhawatiran dan rasa ingin tahu mengenai apakah jasa *online logo maker* ini dapat menggantikan tugas seorang desainer logo secara keseluruhan. *Online Logo Maker* yang akan digunakan sebagai objek penelitian ini adalah website bernama LogoAi.

Pada penelitian ini akan dilakukan perbandingan secara menyeluruh terhadap logo milik perusahaan yang dibuat oleh seorang desainer logo dengan logo milik perusahaan yang sama jika dibuat menggunakan *online*

logo maker yang tersedia di internet. Logo yang akan menjadi objek analisis pada penelitian ini adalah logo milik perusahaan Pertamina. Pertamina merupakan perusahaan milik BUMN yang bergerak di dalam sektor penyedia energi dan berperan sebagai penyumbang deviden terbesar di Indonesia (*Mengapa Pertamina / Pertamina*, n.d.). Dengan demikian, Pertamina adalah salah satu perusahaan BUMN yang berperan sebagai penyedia energi dan bahan bakar terbesar di Indonesia. Logo milik Pertamina dipilih sebagai objek karena merupakan sebuah logo yang dibuat oleh agensi desain yang dikerjakan oleh beberapa desainer dan memakan biaya yang cukup tinggi, sehingga cocok untuk dibandingkan dengan logo yang dibuat menggunakan *Online Logo Maker*.

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk menjawab beberapa pertanyaan berikut: (1) Bagaimana perbandingan logo Pertamina sesungguhnya dengan logo Pertamina yang dibuat menggunakan LogoAi? dan (2) Apa saja faktor yang harus diperhatikan dalam membuat logo yang efektif seperti logo milik Pertamina? Dengan dilaksanakannya penelitian ini, harapannya penelitian ini

dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan pembaca terhadap pentingnya desain logo untuk sebuah *brand* dan mengapa logo tersebut perlu dirancang oleh seorang desainer.

2. METODOLOGI

Teknik yang akan digunakan pada penelitian ini adalah dengan melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan prinsip dasar mendesain logo. Terdapat banyak pendapat mengenai apa saja prinsip dasar yang harus diterapkan ketika melakukan kegiatan perancangan atau mendesain sebuah logo, namun yang paling sering digunakan adalah 5 prinsip dasar desain logo menurut Jacob Cass. Kelima prinsip dasar dalam mendesain logo tersebut adalah *Simple*, *Memorable*, *Timeless*, *Versatile*, dan *Appropriate* (*Sejarah Logo Pertamina, Salah Satu Logo Termahal di Dunia*, n.d.). *Simple* atau simpel berarti sebuah logo harus memiliki bentuk yang sederhana dan tidak rumit namun dapat mewakili nilai dan citra dari sebuah brand. *Memorable* atau mudah diingat berarti hanya dengan melihat logonya saja, masyarakat dapat mengenali identitas sebuah brand. *Timeless* atau abadi berarti logo tersebut tidak akan tergerus oleh perkembangan

zaman dan dapat bertahan lama. Versatile atau serbaguna berarti logo tersebut dapat diaplikasikan di beragam media dan juga dengan ukuran yang berbeda-beda. *Appropriate* atau pantas berarti logo tersebut sudah dirancang sesuai dengan tujuannya.

Langkah awal yang akan dilakukan di dalam penelitian ini adalah membuat kembali logo milik Pertamina menggunakan LogoAi, kemudian melakukan analisis hasil logo Pertamina dari LogoAi dan juga logo Pertamina sesungguhnya menggunakan 5 prinsip dasar mendesain logo menurut Jacob Cass dan kemudian akan dilakukan perbandingan dari kedua hasil analisis. Selain itu akan dilakukan juga perbandingan analisis harga yang dikeluarkan untuk pembuatan logo Pertamina sesungguhnya dengan logo Pertamina buatan LogoAi.

3. PEMBAHASAN

3.1. Deskripsi Data

3.1.1. Logo Pertamina



Gambar 1. Logo Pertamina
[Sumber:

<https://www.pertamina.com/id/makna-logo>]

Logo di atas merupakan logo resmi milik Pertamina dan merupakan objek utama di dalam penelitian ini. Logo ini diluncurkan oleh Pertamina untuk menggantikan logo lamanya pada tahun 2005 dan didesain oleh sebuah agensi desain Bernama Landor. Biaya yang dihabiskan oleh Pertamina untuk merancang dan mengaplikasikan logo baru tersebut sebagai *brand* resminya berkisar seharga 255,000 USD atau sebesar 3,818,064,000 IDR [7]. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa perancangan logo Pertamina telah menghabiskan biaya yang cukup tinggi.

Bentuk dan juga warna dari logo ini juga memiliki maknanya sendiri. Pada situs resmi milik Pertamina terdapat penjelasan lengkap mengenai makna yang terkandung di dalam logo mereka (*Makna Logo Pertamina*, n.d.). Apabila dilihat secara garis besar, bentuk dari Logo ini menyimbolkan huruf “P” yang merupakan huruf pertama dari nama Pertamina. Lalu ketika dilihat lebih dalam lagi, logo tersebut membentuk sebuah anak panah yang menggambarkan aspirasi utama dari Pertamina untuk semakin bergerak maju ke depan. Bentuk logo ini juga mengandung tiga elemen bentuk jajargenjang di dalam *brand* yang

terpisah dan tidak saling bersentuhan. Hal ini melambangkan berbagai pulau di Indonesia dengan ukuran yang berbeda-beda, untuk menunjukkan bahwa Pertamina siap melayani setiap pulau di Indonesia. Kemudian ketiga elemen jajargenjang tersebut mengandung tiga warna yang berbeda yaitu biru, hijau dan juga merah.



Gambar 2. Palet Warna Logo Pertamina
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Ketiga warna tersebut juga memiliki maknanya masing-masing. Biru melambangkan rasa percaya dan tanggung jawab, hijau melambangkan sumber daya energi lingkungan dan merah melambangkan ketegasan dan keberanian menghadapi kesulitan.

Dalam pembuatan logo tersebut, hal yang harus dipertimbangkan adalah kesetaraan maknanya dengan visi, misi serta tujuan dari Pertamina. Visi Pertamina adalah menjadi perusahaan energi nasional kelas dunia. Kemudian misinya adalah menjalankan usaha minyak, gas, serta energi baru dan terbarukan secara terintegrasi, berdasarkan prinsip-prinsip komersil yang kuat. Tujuan utama dari Pertamina adalah menjadi perusahaan global energi

terdepan dengan nilai pasar 100B USD (*Visi, Misi, Tujuan dan Tata Nilai Pertamina*, n.d.). Setelah diketahui dengan baik apa visi, misi dan tujuan perusahaan milik Pertamina maka logo yang dirancang harus sesuai dengan komponen-komponen tersebut.

3.1.2. LogoAi



Gambar 3. Logo LogoAi
[Sumber: <https://www.logoai.com>]

LogoAi adalah salah satu *online logo maker* yang tersedia dan dapat digunakan di internet. LogoAi digunakan sebagai objek perbandingan di dalam penelitian ini karena LogoAi mengakui menggunakan teknologi *artificial intelligence* atau kecerdasan buatan untuk menciptakan logonya. Hingga pada saat penelitian ini dibuat, LogoAi telah digunakan oleh 104,638 bisnis di berbagai negara untuk menciptakan logo bisnisnya (*Design A New Logo & Brand You Love! - LogoAi.com*, n.d.). Oleh karena itu, LogoAi dapat dikatakan sebagai situs yang cukup terkenal.

Prosedur penggunaan LogoAi juga dapat dilakukan dengan sederhana. Pengguna cukup mengikuti tahapan yang terdapat di dalam situsya dan memasukan data yang diinginkan, seperti nama perusahaan, slogan, jenis perusahaan, warna yang diinginkan dan jenis *font* yang diinginkan. Setelah memasukkan data-data tersebut, LogoAi akan secara otomatis menciptakan berbagai pilihan logo dan para pengguna hanya perlu memilih ingin menggunakan logo yang mana. Kemudian setelah memilih logo yang diinginkan, pengguna dapat menyesuaikan logo tersebut lebih lanjut di dalam menu *edit* yang tersedia. Di dalam menu tersebut pengguna dapat mengatur ukuran logo serta teks dan juga mengganti warna logonya.

Tetapi untuk mengunduh hasil logo dan memasangnya pada media-media lain, logo tersebut harus dibeli terlebih dahulu dari situs LogoAi. Harga yang tersedia dibagi menjadi 3 paket yaitu paket *Basic* seharga 29 USD, paket *Pro* seharga 59 USD dan paket *Brand* seharga 99 USD. Masing-masing paket juga memiliki kelebihan masing-masing. Contohnya apabila memilih paket *Basic* maka yang akan didapatkan pengguna adalah *file* logo dengan latar

transparan yang berkualitas medium, sedangkan apabila memilih paket *Brand* maka yang akan didapatkan pengguna adalah *file* logo berkualitas tinggi, animasi logo, *file vector* logo apabila ingin disesuaikan secara manual, dan *file* logo yang sudah dimasukkan secara otomatis oleh LogoAi ke beberapa media seperti poster dan kartu nama.

Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa biaya pembuatan logo menggunakan LogoAi memiliki perbedaan yang cukup signifikan dengan biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan logo milik Pertamina.

3.1.3. Hasil Rancangan dari LogoAi

Setelah dilakukan proses pembuatan logo Pertamina menggunakan LogoAi, hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Logo Pertamina buatan LogoAi
[Sumber: <https://www.logoai.com>]

Untuk mendapatkan logo tersebut, data yang dimasukkan adalah nama “PERTAMINA”, jenis industri “Other”, warna “*Contrast*”, dan jenis *font* “*Modern*”. Alasan dipilihnya pilihan-pilihan tersebut adalah untuk

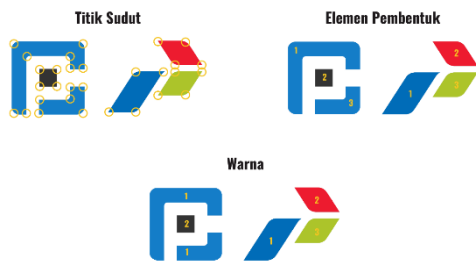
menyesuaikan dengan citra milik Pertamina. Pilihan jenis industri yang dipilih adalah “*Other*” karena Pertamina termasuk kedalam industri penyedia energi, sedangkan pilihan tersebut tidak tersedia di halaman pemilihan jenis industri. Kemudian pilihan warna yang dipilih adalah “*Contrast*”, karena visi Pertamina yaitu menjadi sebuah perusahaan kelas dunia, sehingga diperlukan warna logo yang kontras agar terlihat sangat jelas dan mudah untuk diingat oleh siapapun yang melihatnya (A. Listya, 2019). Oleh karena itu pilihan “*Contrast*” merupakan pilihan paling sesuai. Alasan pemilihan *font* “*Modern*” juga karena mengikuti visi Pertamina yang ingin menjadi sebuah perusahaan kelas dunia yang modern. Setelah itu, logo akan muncul dan dapat dilakukan penyesuaian lebih lanjut, hingga didapatkan hasil seperti yang tertera di atas.

3.2. Pembahasan

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, pembahasan penelitian ini akan menggunakan 5 prinsip dasar membuat desain logo menurut Jacob Cass.

3.2.1. Simple

Prinsip *simple* atau sederhana di sini berarti bentuk dari sebuah simbol logo itu sederhana atau tidak memiliki begitu banyak detail. Tujuan utama dari unsur ini adalah agar setiap orang yang melihat sebuah logo tertentu dapat mengingatnya dengan cepat karena bentuknya yang sederhana. Cara yang dapat dilakukan untuk meneliti seberapa rumitnya sebuah simbol logo adalah menghitung jumlah titik sudut, warna dan elemen pembangunnya. Semakin sedikit jumlah ketiga unsur tersebut, maka akan semakin sederhana juga hasil desain sebuah simbol logo. Sebagai daya ukur, simbol sederhana milik logo-logo yang saat ini sudah dianggap sebagai logo yang terkenal seperti Apple, McDonald’s, Nike, dan Microsoft, secara rata-rata tidak memiliki lebih dari ± 20 titik sudut, ± 3 warna dan ± 5 elemen pembangun. Tapi tidak menutup kemungkinan bahwa sebuah logo dapat dikatakan sederhana namun secara teknis memiliki jumlah unsur di atas rata-rata.



Gambar 5. Uji Prinsip *Simple*
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Logo Pertamina yang dibuat menggunakan LogoAi memiliki 18 titik sudut, 3 elemen pembentuk dan 2 warna yaitu biru dan hitam. Sedangkan logo Pertamina sesungguhnya memiliki 12 titik sudut, 3 elemen pembentuk dan 3 warna yaitu biru, merah dan hijau. Dari hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa kedua logo tersebut dapat dikatakan *Simple* atau sederhana karena tidak memiliki unsur-unsur pembangun yang begitu banyak.

3.2.2. Memorable

Prinsip *memorable* atau mudah diingat berarti simbol dari logo tersebut dapat diingat dengan baik oleh masyarakat. Secara sekilas, tentunya akan sangat sulit untuk mengetahui prinsip ini karena daya ingat setiap orang tentunya tidak akan sama. Oleh karena itu, untuk mengukur menggunakan prinsip ini perlu dilihat dari faktor lain, yaitu faktor keunikan. Surianto Rustan dalam bukunya yang berjudul

“Mendesain Logo” menyebutkan bahwa keunikan adalah suatu cara untuk memperjelas perbedaan dengan *brand* lain sehingga mudah untuk diingat [2] Apabila sebuah logo memiliki bentuk simbol yang unik, maka kemungkinan untuk diingat oleh masyarakat akan semakin tinggi. Kemudian sebaliknya, sebuah simbol logo yang memiliki bentuk yang umum atau biasa saja akan sering diabaikan karena tidak memiliki daya tarik. Cara yang dapat dilakukan untuk meneliti keunikan simbol logo adalah menggunakan fitur “*search by image*” pada kolom *Google search*. Cara kerja fitur ini adalah, apabila umumnya untuk mencari informasi di internet menggunakan kata-kata, fitur “*search by image*” ini mencari informasi di internet dengan cara memindai gambar yang dipilih pengguna dari perangkatnya dan kemudian mencari informasi dengan visual yang serupa dengan gambar yang dimasukkan oleh pengguna.



Gambar 6. Uji Prinsip *Memorable*
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Setelah dilakukannya cara ini, ternyata hasil yang didapatkan yaitu logo Pertamina yang dibuat oleh LogoAi termasuk bentuk simbol yang umum dan

tidak unik. Hal ini karena banyak ditemukan logo yang memiliki konsep, bentuk, hingga bahkan warna yang serupa walaupun tidak sepenuhnya sama. Namun pada sisi logo Pertamina sesungguhnya, rata-rata hasil yang muncul adalah logo milik Pertamina itu sendiri dan logo yang menyerupai berjumlah sedikit. Oleh karena itu, logo Pertamina sesungguhnya dapat dikatakan sebagai logo yang unik sehingga kemungkinan untuk diingat oleh masyarakat akan semakin tinggi.

3.2.3. Timeless

Prinsip *timeless* atau abadi berarti desain logo tersebut dapat bertahan lama atau tidak akan tergerus oleh perkembangan zaman. Prinsip ini berhubungan langsung dengan kedua prinsip sebelumnya, yaitu *simple* dan *memorable*. Hal ini karena cara yang paling efektif untuk dapat membuat sebuah logo bertahan lama adalah dengan membuat logo tersebut secara sederhana dan unik seperti yang telah disebutkan pada prinsip-prinsip sebelumnya. Apabila logo tersebut sudah memiliki bentuk yang sederhana dan juga unik, kemungkinan logo tersebut akan digantikan di masa mendatang akan sangat kecil.

Dengan begitu, berdasarkan hasil yang sudah didapatkan sebelumnya, kemungkinan bertahan lama untuk logo Pertamina yang dibuat menggunakan LogoAi cukup rendah. Hal tersebut karena logo Pertamina buatan LogoAi memiliki bentuk yang umum dan tidak unik. Berbeda dengan logo milik Pertamina yang sesungguhnya. Logo Pertamina yang sesungguhnya termasuk sebagai logo yang unik, sehingga kemungkinan bertahan lamanya cukup tinggi. Saat ini logo Pertamina yang sesungguhnya sudah digunakan oleh pihak Pertamina selama 18 tahun dan belum terdapat pemberitahuan akan dilakukannya perubahan desain logo.

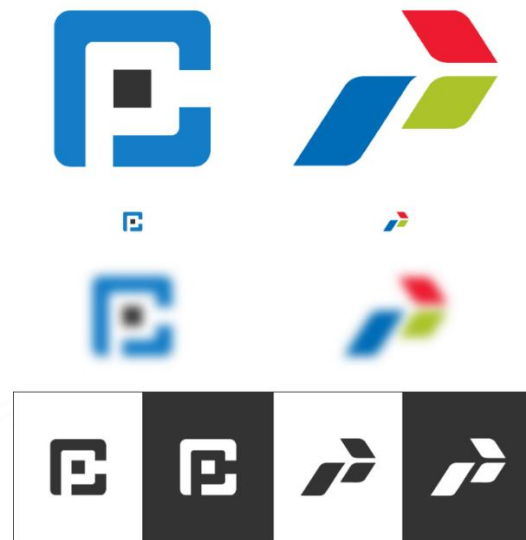
3.2.4. Versatile

Prinsip *versatile* atau sebaguna berarti sebuah logo harus dapat diaplikasikan di berbagai media dan dengan ukuran yang beragam juga. Prinsip ini juga memiliki hubungan erat dengan prinsip *simple*, sebuah logo yang baik disarankan memiliki bentuk yang sederhana agar ketika diaplikasikan ke beragam media, logo tersebut tetap dapat dikenali dengan jelas. Beberapa contohnya seperti sebuah logo harus tetap terlihat jelas ketika dibesarkan pada sebuah *billboard* besar, atau dikecilkan pada sebuah kartu nama.

Bentuk logo tersebut juga harus memungkinkan untuk dicetak pada seragam atau kain dengan berbagai teknik seperti sablon dan bordir. Apabila bentuk dari sebuah logo terlalu rumit, maka akan sulit untuk diaplikasikan pada berbagai media.

Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meneliti sebuah logo terhadap prinsip ini adalah dengan memburamkan atau mengecilkan sebuah logo dan melihat apakah logo tersebut masih dapat dikenali. Maksud dari memburamkan ini adalah membuat logo tersebut seakan-akan berjarak jauh dari mata. Hal ini karena pada kehidupan sehari-hari, masyarakat secara realistis tidak akan selalu melihat logo dengan jarak yang dekat, oleh karena itu teknik ini dapat digunakan untuk mensimulasikan saat sedang melihat logo dari ukuran dan jarak yang beragam. Kemudian cara lainnya adalah merubah warna logo sepenuhnya menjadi hitam atau putih. Tujuan dari teknik ini adalah untuk melihat apakah logo tersebut tetap dapat dikenali walaupun nantinya akan ditampilkan dalam warna hitam atau putih. Karena pada kehidupan sehari-hari, akan ada saat dimana sebuah logo tidak dapat ditampilkan dengan seluruh warna

aslinya. Contohnya logo asli milik Pertamina, logo tersebut memiliki warna merah, biru dan hijau. Jadi logo tersebut tidak dapat diletakkan pada media yang latar belakangnya berwarna merah, biru atau hijau. Oleh karena itu, logo tersebut perlu sepenuhnya diubah menjadi hitam atau putih agar dapat tetap diaplikasikan.



Gambar 7. Uji Prinsip *Versatile*
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Hasil yang didapatkan dari analisis prinsip ini adalah logo Pertamina yang dibuat menggunakan LogoAi tetap terlihat memiliki bentuk yang jelas. Hal itu dikarenakan jarak tiap elemen pembentuk cukup luas, sehingga ketika dikecilkan ataupun diburamkan, bentuk logo tersebut masih terlihat jelas walaupun memiliki bentuk yang umum yaitu berbentuk kotak. Kemudian logo Pertamina yang asli juga terlihat memiliki bentuk yang jelas. Pada logo

ini, bentuknya yang unik membuatnya mudah untuk dikenali walaupun dkecilkan atau diburamkan. Alasan-alasan tersebut juga merupakan alasan mengapa kedua logo tersebut masih dapat dikenali walaupun diubah menjadi warna hitam atau putih. Jadi, dapat dikatakan bahwa kedua logo tersebut sudah *versatile* atau serbaguna.

3.2.5. Appropriate

Prinsip *Appropriate* atau pantas berarti sebuah logo dirancang sesuai dengan tujuannya. Prinsip ini bertujuan agar desain sebuah logo sudah mengandung makna yang ingin disampaikan oleh perusahaannya. Pada prinsip ini, logo Pertamina yang dibuat oleh LogoAi belum dapat dikatakan *appropriate*. Logo Pertamina yang sesungguhnya dirancang oleh seorang manusia yang dapat menjelaskan makna dari desainnya.

Seperti yang dijelaskan pada data sebelumnya, bentuk dari logo Pertamina sesungguhnya membentuk inisial “P” untuk mewakili nama Pertamina. Kemudian terdapat bentuk anak panah di dalam logonya yang menyimbolkan tujuan utama Pertamina yaitu untuk semakin maju ke depan. Bentuk yang terpisah-pisah melambangkan beragam pulau di Indonesia dan setiap warna yang

dimilikinya juga memiliki makna sendiri. Warna biru melambangkan percaya dan tanggung jawab, merah melambangkan keberanian dan ketegasan dan hijau melambangkan sumber daya lingkungan.

Pada logo yang dibuat oleh LogoAi, tidak terdapat makna yang tersirat di dalamnya karena logo tersebut dibuat sepenuhnya oleh teknologi dan bukan kreativitas serta kemampuan manusia untuk dapat memaknai sebuah karya visual. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa logo Pertamina yang dibuat menggunakan LogoAi belum dapat dikatakan sebagai *appropriate* atau pantas.

4. KESIMPULAN

Logo merupakan salah satu karya desain yang penting untuk dimiliki sebuah *brand*. Logo bertugas untuk mewakili identitas sebuah *brand* agar dapat tampil berbeda dari *brand* lainnya. Sebuah logo yang baik adalah logo yang mampu mewakili karakteristik *brand*-nya. *Brand* milik Pertamina juga tidak berbeda dari *brand* lain, Pertamina juga memiliki sebuah logo yang dirancang sedemikian rupa sehingga dapat mewakili citra milik Pertamina. Akan tetapi biaya yang dikeluarkan untuk

merancang logo tersebut cukup tinggi, sedangkan di Internet sudah banyak situs yang dapat membuat logo secara otomatis menggunakan teknologi *artificial intelligence* seperti situs LogoAi dengan harga yang secara signifikan lebih rendah.

Apakah situs tersebut benar-benar dapat menciptakan sebuah logo yang tidak hanya bagus secara visual, tetapi juga sesuai untuk mewakili *brand* sebuah perusahaan? Oleh karena itu, dilaksanakannya penelitian ini agar diketahui perbandingan efektivitas antara logo Pertamina karya desainer dan juga karya *artificial intelligence*.

Setelah dilaksanakannya penelitian ini, yaitu menggunakan analisis berdasarkan lima prinsip dasar desain logo menurut Jacob Cass, hasil yang didapatkan yaitu logo Pertamina yang dibuat menggunakan LogoAi sudah memenuhi dua dari lima prinsip dasar tersebut yaitu logo tersebut sudah memiliki bentuk yang *simple* atau sederhana sehingga memudahkan masyarakat secara umum untuk melihat bentuk simbolnya dan berkat kesederhanaan tersebut juga, logo tersebut juga sudah dapat dikatakan sebagai logo yang *versatile* atau serbaguna sehingga dapat dengan mudah

diaplikasikan ke beragam media. Akan tetapi berdasarkan analisis sebelumnya, logo tersebut tidak dapat memenuhi prinsip *memorable*, *timeless* dan *appropriate*, karena logo tersebut tidak memiliki bentuk yang unik atau dapat dikatakan sebagai bentuk yang *generic* (umum).

Kemungkinan logo tersebut untuk sudah digunakan perusahaan lain sangat tinggi, hal tersebut tentu merupakan resiko yang berbahaya untuk sebuah perusahaan karena perusahaan lain yang memiliki logo serupa dapat menuntut dengan alasan plagiarism. Logo yang dibuat oleh LogoAi juga tidak dapat secara langsung memberikan penjelasan tentang makna dari visual logo yang dibuatnya, karena kemampuan memaknai sesuatu merupakan sebuah kemampuan yang hanya dimiliki oleh manusia dan saat ini kemampuan tersebut belum dapat di gantikan oleh teknologi.

Logo milik Pertamina yang sesungguhnya sudah memenuhi kelima prinsip dasar desain tersebut, mulai dari bentuknya yang sederhana dan unik hingga makna dari setiap elemen visualnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebuah logo yang efektif hanya dapat diciptakan oleh manusia atau desainer

logo dan belum dapat digantikan sepenuhnya oleh teknologi *artificial intelligence*.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna dan memiliki kekurangan. Salah satu kekurangan utama dari penelitian ini adalah keterbatasan akses, dimana penulis merasa data yang didapatkan akan lebih mendalam apabila dapat berkomunikasi secara langsung dengan pihak Pertamina dan juga desainer logo yang memang bekerja secara langsung dalam pembuatan logo tersebut. Oleh karena itu, penulis berharap agar peneliti lain yang akan membahas topik serupa untuk dapat mengembangkan penelitiannya sehingga tidak mengalami kekurangan yang sama dengan penulis.

REFERENSI

- A. Listya. (2019). *Konsep dan Penggunaan Warna dalam Infografis*. 6(1), 10–19. <https://doi.org/10.30998/JURNALDESAIN.V6I01.2837>
- A. Oscario. (2023). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191–202. <https://doi.org/10.21512/HUMANIORA.V4I1.3429>
- Alex W. (2017). *The elements of logo design : design thinking, branding, making marks*. Allworth Press.
- Design A New Logo & Brand You Love!* - LogoAi.com. (n.d.). Retrieved February 1, 2023, from <https://www.logoai.com/>
- E. Febriani, R. M. Yojana, D. Hetharia, and A. R. (2022). Perancangan logo produk pada usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bogor. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 376–386. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i3.15003>
- Makna Logo Pertamina*. (n.d.). Retrieved January 28, 2023, from <https://www.pertamina.com/id/makna-logo>
- Mengapa Pertamina / Pertamina*. (n.d.). Retrieved January 4, 2023, from <https://www.pertamina.com/id/our-people>
- N. Nurlaela Arief and M. Saputra. (2019). *Kompetensi Baru Public Relations (PR) Pada Era Artificial Intelligence*. 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.37396/JSC.V2I1.19>
- S. Rustan. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sejarah Logo Pertamina, Salah Satu*

Logo Termahal di Dunia. (n.d.). Retrieved January 28, 2023, from <https://passiondesigns.co.id/logo-pertamina/>

Visi, Misi, Tujuan dan Tata Nilai Pertamina. (n.d.). Retrieved

January 28, 2023, from <https://www.pertamina.com/id/visi-misi-tujuan-dan-tata-nilai>