



## Perancangan Logo Dalam Branding Panti Asuhan

**Sarah Nafila Rosyada**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Jawa Timur

**Aris Sutejo**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Jawa Timur

Jalan Raya Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, 60294

Korespondensi penulis: [21052010096@student.upnjatim.ac.id](mailto:21052010096@student.upnjatim.ac.id)

**Abstract.** *The logo serves as a visual representation encapsulating the essence and unique characteristics of the orphanage, creating a first impression that can shape a positive perception of the institution. More than just a personal expression, the importance lies in the observer's perception and response, making it the primary focus in the visual communication design process. The success of a design is determined by its ability to effectively communicate ideas, stories, or information to the observer or targeted audience. Therefore, alignment between the intended message and the observer's perspective and understanding becomes the key to success in visual communication design. With a well-crafted design, the logo can establish an emotional connection with stakeholders, build trust, and enhance the appeal of the orphanage in the eyes of the public.*

**Keywords:** *logo, branding, design, communication, visual.*

**Abstrak.** Logo menjadi visual yang merangkum esensi dan karakteristik unik panti asuhan, memberikan kesan pertama yang dapat membentuk persepsi positif terhadap lembaga. Lebih dari sekadar ekspresi pribadi, pentingnya persepsi dan reaksi dari pengamat menjadi fokus utama dalam proses desain komunikasi visual. Keberhasilan sebuah karya desain terletak pada kemampuannya untuk mengkomunikasikan ide, cerita, atau informasi dengan tepat kepada pengamat atau audiens yang dituju. Oleh karena itu, keselarasan antara pesan yang ingin disampaikan dengan cara pandang dan pemahaman pengamat menjadi kunci keberhasilan dalam sebuah karya desain komunikasi visual. Dengan desain yang baik, logo dapat menciptakan hubungan emosional dengan pemangku kepentingan, membangun kepercayaan, dan meningkatkan daya tarik panti asuhan di mata masyarakat.

**Kata kunci:** logo, branding, desain, komunikasi, visual.

### LATAR BELAKANG

Desain komunikasi visual adalah sarana komunikasi untuk menyampaikan ide, cerita, konsep, dan informasi melalui penglihatan. R. Buckminster Fuller, seorang desainer dan arsitek yang menciptakan geodesic dome, mengatakan bahwa sebuah desain komunikasi harus dapat memenuhi kebutuhan masyarakat tidak hanya untuk memuaskan keinginan daripada desainer tersebut sendiri. (Ronald, 1991 : 121). Dengan demikian, maka sebuah karya desain komunikasi visual dapat dikatakan berhasil apabila ide, cerita, atau informasi yang ingin disampaikan oleh karya tersebut dapat diterima oleh masyarakat (pengamat) dengan tepat. Oleh karena itu, seorang desainer komunikasi visual harus mampu memahami pola pikir dan reaksi mayoritas pengamat atau audiens yang dituju. Lebih dari sekadar pandangan pribadi sang

desainer, prioritasnya adalah bagaimana pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima secara maksimal oleh pengamat atau audiens yang menjadi targetnya.

Tujuan utama dari desain komunikasi visual adalah menciptakan suatu komunikasi yang efektif dan dapat dimengerti melalui elemen-elemen visual seperti grafis, gambar, warna, dan tipografi. Logo merupakan sebuah simbol yang dirancang untuk mewakili karakter dan menjadi identitas dari sebuah perusahaan. Logo sebagai bentuk ekspresi dan bentuk visual sebagai tanda pengenal unik yang membedakan suatu perusahaan, merek, atau organisasi dari yang lain. Terkadang, logo juga merupakan singkatan dari kepanjangan nama suatu perusahaan yang dibuat sedemikian rupa, sehingga merupakan ciri khas dari perusahaan tersebut. Logo merupakan suatu identitas merek yang mengkomunikasikan secara luas tentang produk pelayanan, dan organisasi dengan cepat (Suyanto, 1999 : 87).

## **METODE PERANCANGAN**

Metode perancangan merujuk pada pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data, menganalisis informasi, dan mencapai tujuan perancangan. Beberapa metode perancangan yang digunakan meliputi:

### **1. Metode Analisis Data**

Analisis data menggunakan kerangka 5W 1H membantu dalam memahami informasi secara komprehensif. Ini melibatkan enam pertanyaan utama:

#### **a) Who (Siapa)**

Identifikasi penerima manfaat dari logo panti asuhan yang diredesain. Ini melibatkan staf, anak-anak, donatur, atau masyarakat sekitar yang terlibat dalam aktivitas panti asuhan.

#### **b) What (Apa)**

Mengetahui perubahan desain logo yang direncanakan. Apakah itu perubahan warna, simbol baru, atau elemen desain lainnya yang akan diperbarui. Perencanaan perubahan desain logo panti asuhan dapat mencakup berbagai aspek seperti perubahan warna, pengenalan simbol baru, atau penyesuaian elemen desain lainnya.

#### **c) When (Kapan)**

Menentukan waktu atau jadwal perencanaan perubahan logo. Apakah perubahan ini akan dilakukan dalam waktu dekat, terkait dengan peristiwa khusus, atau sebagai bagian dari strategi jangka panjang.

**d) Where (Dimana)**

Mengidentifikasi di mana logo yang diredesain akan diterapkan. Apakah itu di situs web panti asuhan, media sosial, materi cetak, atau di lokasi fisik panti asuhan. Identifikasi tempat penerapan logo yang telah diredesain merupakan langkah penting dalam memastikan konsistensi visual dan efektivitas komunikasi.

**e) Why (Mengapa)**

Memahami alasan di balik kebutuhan untuk meredesain logo panti asuhan. Mungkin ada perubahan dalam nilai-nilai panti asuhan, ingin memberikan citra yang lebih modern, atau ingin menarik perhatian lebih banyak donatur. Perubahan dalam desain logo panti asuhan seringkali didorong oleh sejumlah alasan yang mendalam, yang dapat mencakup perubahan dalam nilai-nilai lembaga, keinginan untuk mencerminkan citra yang lebih modern, atau tujuan untuk menarik perhatian lebih banyak donatur serta penerima dukungan.

**f) How (Bagaimana)**

Mengetahui metode yang akan digunakan untuk proses redesain. Apakah itu melalui konsultasi dengan desainer grafis, survei kepada penerima manfaat, atau melalui kolaborasi internal.

## **2. Metode Pengumpulan Data**

**a) Data Primer:**

Data primer yang diperoleh dari wawancara, survei, observasi, dan diskusi dengan staf, anak-anak di panti asuhan, serta masyarakat sekitar yang memberikan wawasan langsung tentang persepsi terhadap logo yang ada, harapan terhadap logo yang di desain, dan pemahaman mendalam tentang bagaimana logo akan diterima.

**b) Data Sekunder:**

Data sekunder adalah sumber data tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui artikel, jurnal, atau buku tentang desain grafis, dan tren terbaru dalam desain logo. Informasi dari sumber ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang elemen-elemen desain yang efektif dan makna simbolis dalam desain logo.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Fungsi Logo**

Logo baru panti asuhan tidak hanya sekadar perubahan visual, melainkan membawa dampak yang signifikan bagi berbagai pihak terlibat. Bagi anak-anak dan penghuni panti asuhan, logo baru menciptakan identitas yang lebih kuat, meningkatkan rasa memiliki, dan memberikan semangat baru. Bagi staf dan relawan, logo yang diperbarui menjadi sumber motivasi yang membangkitkan kebanggaan terhadap lembaga serta menjalin keterikatan yang lebih erat terhadap tujuan positif panti asuhan.

Dampaknya juga dirasakan oleh donatur dan penerima dukungan, di mana desain yang menarik dapat meningkatkan kepercayaan, menciptakan kesan profesionalisme, dan mendukung peluang dukungan finansial yang lebih besar. Sementara bagi masyarakat luas, logo baru menjadi alat untuk memperkuat citra panti asuhan, membuka peluang lebih banyak dukungan, kesadaran, dan partisipasi dalam kegiatan sosial yang dilaksanakan oleh panti asuhan tersebut. Dengan demikian, logo yang diperbarui bukan hanya menjadi simbol, tetapi juga merupakan sarana untuk memperkuat identitas, meningkatkan dukungan, dan memperluas jangkauan pengaruh positif panti asuhan dalam komunitasnya.

Perubahan warna dalam logo baru dapat mencerminkan perubahan dalam identitas atau visi panti asuhan, yang mungkin ingin menyoroti nilai-nilai baru atau kesegaran yang ingin diwujudkan oleh lembaga tersebut. Selain itu, pengenalan simbol baru atau penyesuaian pada elemen desain dapat menjadi langkah untuk merefleksikan aspek yang lebih modern, inklusif, atau relevan dengan perkembangan zaman dan tren desain yang terkini.

Elemen desain lainnya seperti penyesuaian tipografi, perubahan bentuk, atau penyempurnaan keseluruhan tata letak logo juga bisa menjadi bagian dari perubahan yang direncanakan. Dalam hal ini, rencana perubahan desain logo panti asuhan haruslah mempertimbangkan dengan cermat bagaimana setiap aspek yang diubah akan mencerminkan nilai-nilai, identitas, dan pesan yang ingin disampaikan oleh panti asuhan kepada masyarakat serta pemangku kepentingan lainnya.

Penentuan waktu perubahan logo panti asuhan merupakan keputusan yang memerlukan pertimbangan matang terhadap berbagai faktor. Proses ini bisa dijadwalkan sehubungan dengan peristiwa khusus atau acara tertentu dalam kalender panti asuhan, seperti ulang tahun lembaga atau kampanye amal yang signifikan. Momennya bisa dipilih secara strategis untuk menarik perhatian dan memanfaatkan partisipasi yang lebih besar dari masyarakat. Di sisi lain, perubahan logo juga dapat menjadi bagian penting dari strategi rebranding atau pembaruan identitas panti asuhan dalam jangka panjang.

Logo dalam panti asuhan memiliki peran yang sangat penting dalam mendefinisikan identitas dan memberikan representasi visual yang kuat terhadap nilai-nilai serta misi lembaga tersebut. Fungsi utama dari logo adalah sebagai simbol identitas yang dapat dikenali dengan cepat oleh masyarakat. Logo menjadi visual yang merangkum esensi dan karakteristik unik panti asuhan, memberikan kesan pertama yang dapat membentuk persepsi positif terhadap lembaga. Selain itu, logo juga berperan sebagai alat komunikasi visual yang efektif, menyampaikan pesan dan nilai-nilai panti asuhan kepada masyarakat, donatur potensial, dan penerima manfaat. Dengan desain yang baik, logo dapat menciptakan hubungan emosional dengan pemangku kepentingan, membangun kepercayaan, dan meningkatkan daya tarik panti asuhan di mata masyarakat. Selain itu, fungsi praktis logo juga mencakup kemampuannya untuk diaplikasikan secara konsisten di berbagai media, mulai dari materi promosi hingga media digital, sehingga memberikan keterkaitan visual yang kuat antara panti asuhan dan publiknya.

## **2. Perancangan Logo Istiqomah**

Pengerjaan desain logo melibatkan proses kreatif dan strategis untuk menciptakan identitas visual yang unik dan menggambarkan esensi suatu merek atau entitas. Proses dimulai dengan pemahaman mendalam terhadap nilai, misi, dan visi perusahaan atau organisasi yang akan direpresentasikan oleh logo tersebut. Setelah itu, tahap penelitian dan eksplorasi konsep dilakukan untuk mengidentifikasi tren desain terkini dan merumuskan gagasan-gagasan awal.

Perencanaan tata letak, pemilihan elemen visual, dan eksperimen dengan bentuk, warna, dan tipografi menjadi langkah berikutnya dalam membentuk identitas visual. Desainer logo berusaha menciptakan simbol atau ikon yang memadukan estetika dengan daya ingat, menciptakan kesan yang tahan lama pada masyarakat.

Setelah tahap perancangan awal, koreksi dan revisi dilakukan untuk memastikan bahwa logo mencerminkan karakter dan pesan yang diinginkan. Aspek teknis, seperti skalabilitas dan kejelasan pada berbagai media, juga diperhatikan untuk memastikan logo dapat berfungsi optimal di berbagai konteks.

Logo yang telah melalui serangkaian tahap ini akhirnya siap untuk diaplikasikan pada berbagai media, termasuk digital dan cetakan. Keseluruhan proses pengerjaan desain logo bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang kuat, dapat dikenali, dan memberikan nilai tambah bagi entitas yang diwakilinya.

### 3. Filosofi Logo

#### a) Jenis Logo



**Gambar 1 Logogram dalam logo panti asuhan istiqomah.**

Logogram adalah suatu simbol atau tanda tertentu yang mewakili satu kata atau konsep tanpa memperhatikan bunyi fonetik dari kata tersebut. Dalam konteks desain logo atau identitas, logogram sering digunakan sebagai elemen utama untuk merepresentasikan merek tanpa memerlukan teks tambahan. Ilustrasi orang yang menyimbolkan anak-anak panti. Ilustrasi Al-Qur'an yang terbuka menyimbolkan Panti Asuhan Istiqomah yang tidak hanya sebagai tempat untuk tinggal namun dapat memberi ilmu bagi anak panti di dalamnya.



**Gambar 2 Logotype dalam logo panti asuhan istiqomah.**

Logotype merupakan bagian dari identitas visual sebuah merek atau lembaga yang terdiri dari teks atau huruf-huruf tertentu yang dirancang secara khusus untuk merepresentasikan merek tersebut. Logotype ini seringkali merupakan nama merek atau singkatan dari nama merek yang ditulis dengan gaya atau jenis huruf yang unik, khas, dan terkadang telah dimodifikasi secara kreatif untuk membedakannya dari jenis huruf yang umum. Logotype seringkali menjadi elemen sentral dalam desain identitas merek atau logo, dan dapat digunakan secara independen atau bersama dengan simbol atau elemen

grafis lainnya untuk membentuk logo merek yang lengkap. Keunggulan logotype adalah kemampuannya untuk mengkomunikasikan merek secara langsung dan menghasilkan identitas yang kuat hanya melalui teks atau tipografi yang unik dan terkenal.

Dalam perancangan logo baru untuk Panti Asuhan Istiqomah, tipe font yang digunakan memiliki makna keberanian dan ketegasan dalam gaya tulisan, yaitu dengan *font The Bold Font* dan *Mont Heavy*. Penggunaan jenis huruf yang *bold* ini bertujuan agar pesan yang disampaikan melalui tulisan menjadi lebih kuat, tegas, dan mudah terbaca bagi siapa pun yang melihatnya. Keterbacaan yang jelas dari teks pada logo menjadi prioritas, sehingga pemilihan jenis huruf yang *bold* memberikan kesan yang tegas namun tetap mudah dipahami. Dengan menggunakan gaya *font* ini, logo dapat mengkomunikasikan identitas panti asuhan dengan lebih kuat dengan pesan yang jelas serta mudah diingat oleh khalayak. Ini merupakan upaya untuk memastikan bahwa pesan dan nilai-nilai panti asuhan terwakili secara optimal melalui desain logo yang baru.

#### **b) Warna Logo**

Dalam logo Panti Asuhan Istiqomah yang baru, menggunakan kombinasi warna biru dan hijau. Biru memiliki makna kepemimpinan, menjadi simbol kualitas kepemimpinan yang kuat dalam logo Panti Asuhan Istiqomah. Mewakili visi yang jelas dan arah yang ditetapkan, warna ini mencerminkan komitmen untuk membantu individu meraih tujuan mereka sendiri. Logo dengan sentuhan biru menggambarkan pandangan yang terfokus dan terarah untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kemandirian. Selain itu, unsur biru ini mencakup pendidikan, pembinaan, dan lingkungan yang memungkinkan anak-anak atau individu untuk mengembangkan keterampilan dan membangun kepercayaan diri mereka.

Sementara itu, warna hijau dalam logo panti asuhan melambangkan pertumbuhan, baik secara fisik maupun emosional. Warna ini melambangkan upaya yang dilakukan untuk membantu anak-anak berkembang dan mempersiapkan mereka untuk memiliki masa depan yang lebih baik melalui pendidikan dan dukungan yang diberikan di panti asuhan. Dengan demikian, gabungan biru dan hijau dalam desain logo mengekspresikan komitmen panti asuhan dalam menciptakan lingkungan yang memupuk kepemimpinan, kemandirian, pertumbuhan, serta memberikan harapan akan masa depan yang lebih cerah bagi mereka yang berada di dalamnya.

#### 4. Diferensiasi Logo Lama dan Logo Baru



**Gambar 3** Perbandingan logo panti asuhan istiqomah lama dan baru.

**a) Elemen Visual:**

Logo lama memiliki elemen desain yang kurang modern dan simple, dengan gambar atau ikon rumah yang menggambarkan aspek tempat tinggal dari panti asuhan. Sementara logo baru menampilkan elemen desain yang lebih modern dan memiliki interpretasi yang sudah mencakup value dari panti asuhan, yaitu mandiri, sholeh, dan berakhlak.

**b) Warna:**

Perbedaan dalam palet warna dan jenis huruf yang digunakan bisa menjadi perbedaan signifikan antara logo lama dan baru. Logo baru menggunakan palet warna yang lebih segar dan kontras. Dalam perbandingan antara logo lama dan logo baru Panti Asuhan Istiqomah, perbedaan dalam penggunaan palet warna dan jenis huruf terlihat signifikan. Logo baru menampilkan palet warna yang lebih segar, menonjolkan kontras yang mencolok dibandingkan dengan logo lama. Penggunaan warna yang lebih segar mempersembahkan kesan yang lebih modern, menghadirkan daya tarik yang lebih kuat, serta memberikan kejelasan yang lebih dalam pesan yang ingin disampaikan. Kontras yang diperkuat dalam palet warna logo baru menciptakan ketegasan visual yang membedakannya dari logo sebelumnya, memberikan kesan yang lebih dinamis dan memikat.

**c) Tipografi:**

Perubahan jenis huruf juga menjadi elemen yang membedakan antara logo lama dan logo baru. Logo baru menggunakan jenis huruf yang lebih *bold* dan mudah dibaca, menunjukkan keterbacaan yang lebih baik untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh berbagai kalangan. Kombinasi perubahan dalam palet



warna yang lebih segar dan kontras, serta penggunaan jenis huruf yang lebih modern dan mudah terbaca, menjadikan logo baru Panti Asuhan sebagai representasi yang lebih dinamis, menarik, dan mudah dikenali.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Rebranding logo Panti Asuhan Istiqomah memberi langkah penting dalam memperkuat identitas lembaga. Melalui logo yang baru, panti asuhan berpotensi mencerminkan nilai-nilai yang dianutnya dengan lebih kuat, menggambarkan perubahan positif, serta menarik minat masyarakat dan pemangku kepentingan. Kesuksesan logo baru dapat tercermin dalam peningkatan daya tarik lembaga, membangun kesan yang positif, dan menyampaikan pesan yang jelas tentang transformasi yang sedang terjadi. Saran yang dapat diberikan termasuk pengawasan terus-menerus terhadap resepsi masyarakat terhadap logo baru, memastikan konsistensi penggunaan logo di berbagai platform, dan evaluasi terhadap efektivitas logo dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh panti asuhan. Dengan pendekatan yang terus termonitor dan konsisten, rebranding logo menjadi landasan yang kuat dalam memperkuat identitas dan mengkomunikasikan perubahan yang diinginkan oleh Panti Asuhan Istiqomah kepada publik.

## DAFTAR REFERENSI

- FIKRI ZARKI, I. D., & Heldi, M. S. (2019). *REDESIGN BRAND IDENTITY LOGO ZERO*
- Pratama, M. R., & Pusparani, Y. (2021). *PERANCANGAN LOGO SEBAGAI IDENTITAS*
- Oscario, A. (2013). *Pentingnya peran logo dalam membangun brand*. *Humaniora*, 4(1), 191-202.
- Kim, M. J., & Lim, J. H. (2019). A comprehensive review on logo literature: research topics, findings, and future directions. *Journal of Marketing Management*, 35(13-14), 1291-1365.
- Putri, R. A., Triase, T., Irawan, M. D., Nasution, A. B., Muliani, A., & Fakhriza, M. (2021). Pelatihan Peningkatan Kemampuan Desain Grafis Siswa SMA Panti Asuhan Bani Adam As. *Jurnal Abdi Mas Adzkie*, 1(2), 108-114.
- Wijaya, P. Y. (1999). *Tipografi dalam desain komunikasi visual*. Nirmana, 1(1).
- Marta, W. (2021). *Redesain Logo Pada Produk Kopi Sago*.
- Said, A. A. (2017). *Mendesain logo*. Fakultas Seni dan Desain UNM Makassar.
- Labuz, Ronal. (1991). *Contemporary Graphic Design*. New York, (hal 12)
- M. Suyanto. (1999). *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta : Andi.
- Hannah, J. (2020). *What is typography, and why is it important? A beginner's guide*.