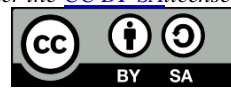


## Analisis Prinsip Desain Logo PAL TV Dalam Perspektif Budaya Digital *Analysis of PAL TV Logo Design Principles from a Digital Culture Perspective*

Mukhsin Patriansah<sup>1</sup>, Keni Gion<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia

Article Info	ABSTRAK
<p><b>Genesis Artikel:</b> Diterima, 2023-10-03 Direvisi, 2023-10-07 Disetujui, 2023-11-28</p>	<p>Palembang Televisi (PALTV) merupakan salah satu stasiun televisi pertama yang ada di kota Palembang dan Sumatera Selatan. PALTV sudah berdiri selama kurang lebih 18 tahun, tepatnya pada tanggal 9 September 2005. Menurut sumber-sumber yang penulis tinjau, sejauh ini belum ada perubahan dari logo PALTV, mulai dari awal berdirinya pada tahun 2005 hingga saat ini masih menggunakan logo yang sama. Maka dari itu, PALTV sebagai stasiun televisi pertama di Sumatera Selatan dan Kota Palembang sudah seharusnya melakukan <i>rebranding</i> agar bisa memposisikan diri dengan kebutuhan dan perkembangan zaman, terutama pada aspek budaya digital saat ini. Masalah utama yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana menganalisis desain logo PAL TV berdasarkan prinsip-prinsip desain logo yang sederhana atau <i>simple</i>, <i>timeless</i>, proporsional dan relevan. Hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa secara visual logo PALTV belum sepenuhnya merepresentasikan budaya digital dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Maka dari itu diperlukan suatu upaya <i>rebranding</i> untuk menerapkan prinsip-prinsip desain logo yang sederhana atau <i>simple</i>, <i>timeless</i>, proporsional dan relevan, sehingga berdampak pada citra visual yang mampu menimbulkan sugesti dan berkesan bagi para pemirsanya, serta relevan dengan kondisi dan budaya masyarakatnya.</p>
<p><b>Kata Kunci:</b> Budaya Digital, PALTV, Prinsip Desain <i>Rebranding</i>,</p>	
	<b>ABSTRACT</b>
<p><b>Keywords:</b> <i>Digital Culture,</i> <i>PALTV,</i> <i>Design Principles</i> <i>Rebranding,</i></p>	<p><i>Palembang Television (PALTV) is one of the first television stations in the city of Palembang and South Sumatra. PALTV has been established for approximately 18 years, to be precise on September 9 2005. According to the sources the author reviewed, so far there has been no change to the PALTV logo, starting from its inception in 2005 until now it still uses the same logo. Therefore, PALTV as the first television station in South Sumatra and Palembang City should carry out rebranding so that it can position itself with the needs and developments of the times, especially in aspects of current digital culture. The main problem discussed in this research is how to analyze the PAL TV logo design based on the principles of simple, timeless, proportional and relevant logo design. The results of this research can be seen that visually the PALTV logo does not fully represent digital culture with the development of information and communication technology. Therefore, a rebranding effort is needed to apply the principles of logo design that is simple, timeless, proportional and relevant, so that it has an impact on a visual image that is able to create suggestions and impress the audience, and is relevant to the conditions and culture of the people.</i></p>
	<p><i>This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC BY-SA</a> license.</i></p> 
<p><b>Penulis Korespondensi:</b> Mukhsin Patriansah, S.Sn., M.Sn, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Indo Global Mandiri Palembang Email: mukhsin_dkv@uigm.ac.id</p>	

## 1 PENDAHULUAN

Logo memiliki peran penting dalam merepresentasikan sekaligus mendefinisikan identitas sebuah perusahaan. Banyak sekali perusahaan-perusahaan besar memanfaatkan logo untuk membangun *brand* atau merek agar bisa melekat dan mudah diingat oleh masyarakat. Peran penting lainnya dari sebuah logo adalah mampu menyampaikan visi dan misi dari sebuah perusahaan atau lembaga yang menggunakannya. Menurut Kusrianto menjelaskan bahwa logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi [1]. Di samping memiliki peran sebagai identitas, membangun citra perusahaan, dan menyampaikan visi dan misi, logo juga digunakan untuk menumbuhkan spirit dan kekuatan secara internal dalam perusahaan tersebut.

Apabila dilihat dari perkembangannya saat ini, banyak sekali perusahaan-perusahaan besar, lembaga pemerintah, hingga toko *offline* ataupun *online* yang memanfaatkan logo untuk memasarkan produk atau jasa mereka kepada konsumen. Penggunaan logo ini bisa kita lihat pada perusahaan-perusahaan besar seperti Pertamina, Telkomsel, Televisi, *Smartphone* dan lainnya. Seperti penjelasan Oscario bahwa sebuah *brand* atau logo dibangun dengan penuh perencanaan, malah akan semakin kuat dan berharga. Pabrik akan selalu mengalami perubahan, namun nilai yang terkandung dalam brand akan terus hidup [2]. Dengan banyaknya penggunaan logo, tentu sangat penting sekali seorang desainer memperhatikan secara spesifik dari sebuah logo yang dirancang. Sebuah logo yang baik dan berhasil mampu memberikan sugesti yang kuat, sehingga mudah diingat oleh para konsumen. Maka dari itu, dalam merancang sebuah desain logo harus mampu melihat prinsip-prinsip utamanya yakni mengutamakan kesederhanaan bentuk *simple, timeless* yakni bersifat abadi, berkesan dapat dibuat secara proporsional sehingga mudah diingat, dan relevan artinya sebuah desain logo memang benar-benar dirancang sedemikian rupa berdasarkan konteks zamannya.

Tujuan utama penelitian ini adalah meninjau prinsip-prinsip desain logo Palembang TV (PALTV) berdasarkan konteks zamannya yakni budaya digital. Tidak dapat dipungkiri bahwa memasuki era modern, televisi merupakan medium komunikasi yang banyak digunakan untuk memberikan segala bentuk informasi-informasi penting serta berbagai hiburan kepada masyarakat. Jangkauannya yang luas menjadikan televisi sebagai salah satu media yang efektif dalam tatanan media komunikasi di zaman modern. Di awal kemunculannya televisi mampu menciptakan diskursus baru dalam mempengaruhi pikiran-pikiran manusia dan melibatkan banyak orang dari pada medium lainnya dalam sejarah komunikasi massa. Pandangan penulis tersebut dapat dilihat dari konten-konten acara yang disuguhkan seperti kampanye partai politik, iklan televisi, sinetron, *reality show, gossip* dan lain sebagainya. Dari konten-konten acara tersebut tentunya semakin banyak informasi dan hiburan yang bisa diterima dan dinikmati oleh masyarakat luas. Seperti yang dijelaskan oleh Danesi bahwa televisi telah menciptakan satu bentuk kemelekhurufan sendiri yang memberikan informasi kepada dan melibatkan banyak orang dari pada yang bisa dilakukan medium lainnya di dalam sejarah manusia [3].

PALTV merupakan salah satu stasiun televisi pertama yang ada di kota Palembang dan Sumatera Selatan. PALTV sudah berdiri selama kurang lebih 18 tahun, tepatnya pada tanggal 9 September 2005. Stasiun PALTV masih berada dalam naungan PT Jawa Pos Group dan Sumatera Ekspres Group. Pada awalnya stasiun televisi ini merupakan sponsor utama tim sepak bola Sriwijaya FC dan menyiarkan secara langsung setiap pertandingan yang dilakoni oleh tim Sriwijaya FC. Menurut Farisi menjelaskan bahwa sebagai televisi lokal tentu PALTV ingin diterima oleh masyarakat pendukungnya dan ingin menjadi bagian dari masyarakat dengan memosisikan diri sebagai televisi keluarga (*all segment*), sehingga program-program yang disajikan merupakan konten lokal sekitar 70%-80% dan banyak melibatkan masyarakat lokal sebagai peserta [4].

Kemajuan zaman sudah bertransformasi dengan masyarakat saat ini, sehingga lahir budaya baru yang disebut dengan budaya digital. Era digitalisasi saat ini sangat terikat dengan media massa yang lebih akrab digunakan oleh generasi milenial saat ini, sehingga segala bentuk aktivitas mereka hanya berorientasi kepada popularitas semata. Oleh sebab itu, banyak sekali sesuatu yang disebarakan bisa dengan mudah menjadi viral. Budaya baru ini tumbuh dan berkembang karena kemudahan yang diberikan oleh teknologi dan informasi dalam proses produksi dan publikasi. Contohnya teknologi *smartphone*, para pengguna bisa dengan mudah mengambil foto atau video kemudian menyebarkannya ke media sosial dan sesuatu tersebut mendadak menjadi viral. Akhir-akhir ini perkembangan media komunikasi massa begitu pesat dan masif digunakan oleh masyarakat terutama media sosial. Stasiun PALTV harus bersifat adaptif di tengah-tengah perkembangan tersebut. Dengan pesatnya perkembangan media massa, baik itu media televisi ataupun media sosial lainnya, tentu banyak sekali terjadi transformasi budaya, khususnya di era digitalisasi saat ini yang bersentuhan langsung dengan budaya massa. Transformasi budaya tersebut tengah terjadi pada generasi milenial saat ini yang sangat bergantung pada jaringan internet untuk memberikan, menerima dan mencari informasi, bermain *game*, serta menonton konten-konten di media-media sosial. Kecendrungan utama dari generasi ini adalah gaya hidup yang instan dan ingin terlihat populer, terkenal dan disukai oleh banyak orang.

Putri, dkk juga menjelaskan bahwa istilah generasi milenial digunakan untuk menyebutkan generasi Y, yaitu kelompok generasi muda berdasarkan usia dilahirkan sebelum generasi Z. Ini menunjukkan bahwa generasi ini merupakan generasi peralihan dari generasi sebelumnya yang dikenal dengan generasi X, yaitu generasi tua yang telah berusia empat puluh tahun ke atas [5, p. 143]. Salah satu kecendrungan generasi milenial saat ini merupakan implementasi dari segala bentuk kemudahan yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi dan informasi menjadikan generasi ini lebih menyukai sesuatu yang serba cepat dan instan. Oleh sebab itu, menurut pandangan

penulis segala bentuk produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan besar ataupun kecil harus adaptif dan menyesuaikan diri dengan perkembangan tersebut, begitu juga halnya dengan stasiun televisi PALTV.

Urgensi dari penelitian ini adalah karena saat ini persaingan di bidang industri pertelevisian sangat kompetitif, terlebih lagi dengan hadirnya media-media *online* yang relatif mudah diakses. Bagaimanapun juga sebuah stasiun televisi khususnya PALTV harus bisa memposisikan diri dengan perkembangan zaman dengan menghadirkan inovasi dan perubahan baik dari segi program acara hingga *rebranding* logo. Tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu strategi *branding* adalah peran sebuah logo sebagai unsur penting. Logo mampu membangun sugesti dan citra perusahaan, sehingga lebih mudah diingat oleh masyarakat. Maka dari itu, dalam perancangan desain logo harus mengikuti prinsip-prinsip desain secara maksimal dengan strategi visual yang tepat. Seperti penjelasan Everlin dan Erlyana bahwa desain logo yang baik dapat mewakili perusahaan dan juga mudah diingat oleh publik [6].

Penelitian sebelumnya belum pernah melakukan kajian serupa terkait dengan analisis prinsip-prinsip desain logo PALTV. Berdasarkan sumber-sumber yang penulis tinjau, sejauh ini belum ada perubahan dari logo PALTV, mulai dari awal berdirinya pada tahun 2005 hingga saat ini masih menggunakan logo yang sama. Maka dari itu, PALTV sebagai stasiun televisi pertama di Sumatera Selatan dan Kota Palembang sudah seharusnya melakukan *rebranding* agar bisa memposisikan diri dengan kebutuhan dan perkembangan zaman, terutama pada aspek budaya digital saat ini. Masalah utama yang dibahas dalam penelitian ini adalah menganalisis desain logo PAL TV berdasarkan prinsip-prinsip desain yang sederhana dan representatif terhadap perubahan zaman, *timeless* pada masa dan waktu kapanpun, proporsional yang mampu menimbulkan sugesti dan berkesan bagi para pemirsanya, serta relevan dengan kondisi dan budaya masyarakatnya. Sebagai stasiun televisi lokal PALTV sedikit banyaknya sudah mampu merepresentasikan identitas kelokalan sebagai bentuk wujud dari visi dan misi utama televisi tersebut dengan slogan yakni PAL TV '*memang punyo kito*'. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan rangkaian program acara yang disajikan sekitar 70-80% mengangkat tema kelokalan dengan melibatkan masyarakat kota Palembang. Namun demikian, dalam aspek visualisasi logo perlu dilakukan kajian atau analisis terkait efektifitas dan efesiansinya, apakah sudah memuat prinsip-prinsip desain dalam perancangannya, sehingga memiliki nilai persuasif dan komunikatif terhadap budaya digital saat ini.

Referensi yang diambil sebagai bahan perbandingan dalam penelitian ini, penulis mengambil *sample rebranding* logo Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang sudah mengalami perubahan bentuk logo karena menyesuaikan diri dengan budaya digital. Begitu juga dengan perubahan logo pada stasiun televisi lainnya seperti Rajawali Citra Indonesia (RCTI) yang dikutip dari *tribun.news* sudah mengalami 19 kali perubahan bentuk logo. Perubahan ini juga merupakan suatu bentuk identitas perusahaan tersebut dalam menyikapi tuntutan dan perubahan zaman. Dalam lingkungan bisnis yang begitu kompetitif, sebuah perusahaan didirikan untuk menciptakan pelanggan dengan cara melihat target sasaran. Kondisi zaman yang terus berkembang dan menciptakan budaya baru bagi masyarakat pendukungnya, tentu harus benar-benar bisa disikapi oleh perusahaan agar tetap bertahan dan eksis di tengah perubahan tersebut. Maka dari itu, pentingnya sebuah perusahaan memiliki identitas merek atau logo yang kuat sesuai dengan konteks zamannya, sehingga mampu menarik atensi masyarakat pendukungnya.

Bahan kajian lainnya yang penulis tinjau sebagai referensi dan bahan perbandingan dalam tulisan ini adalah penelitian yang dibuat oleh Januariyansah yang menjelaskan bahwa sebuah logo harus memperhatikan prinsip-prinsip desain dengan mengikuti ketentuan dan bagaimana efeknya bagi masyarakat. Logo yang ditinjau adalah logo Pos Indonesia, Bank Mandiri, dan Ades, melalui studi dan tahapan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa ketiga logo tersebut sudah mengikuti ketentuan prinsip-prinsip desain secara umum dan mampu mempresentasikan identitas perusahaan. Di samping itu, jenis *font* yang digunakan dan bentuk visual dari logo tersebut sangat akrab dengan kultur masyarakat Indonesia, sehingga masyarakat akan langsung mengenal ketiga logo tersebut [7].

Rencana pemecahan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan kajian dan analisis secara terstruktur terhadap bentuk visual dari logo PALTV. Tahapan pertama dilakukan proses deskripsi dengan cara mengidentifikasi seluruh unsur-unsur dan prinsip-prinsip desain dari logo PALTV, kemudian dilakukan tahapan analisis dengan cara melihat relasi yang dibangun antara elemen-elemen desain dengan kultur masyarakat pendukungnya. Dengan demikian, kajian yang dilakukan akan memiliki capaian berdasarkan pokok permasalahan yang diangkat yakni bagaimana nilai persuasif dan komunikatif dari logo PALTV terhadap budaya digital. Melalui penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan rujukan bagi kaum akademis dalam melakukan riset dan kajian terhadap desain komunikasi visual secara umum, khususnya desain logo. Selain itu, hasil dan capaian dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih bagi masyarakat terhadap fungsi dan peran penting

sebuah logo dalam menyampaikan suatu pesan yang mudah diingat dan berkesan dalam merepresentasikan identitas dari perusahaan atau lembaga.

## 2 METODE PENELITIAN

Metode riset yang digunakan adalah metode kualitatif yang lebih menitik beratkan kepada analisis terhadap kualitas data. Yulius menjelaskan bahwa metode kualitatif lebih bersifat penjabaran terhadap identifikasi data yang telah diperoleh dari hasil observasi [8, p. 137]. Selanjutnya, Patriansah juga menjelaskan bahwa metode kualitatif dalam prosesnya hanya sekedar menguraikan secara kualitas dari data yang dianalisis [9, p. 96]. Kedua pendapat di atas meneruskan pendapat dari Moleong di dalam bukunya bahwa penelitian yang bersifat kualitatif penekanannya lebih kepada analisa data berdasarkan kualitas data yang dikumpulkan melalui kata-kata, gambar dan bukan angka-angka [10]. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, dokumentasi, kusioner dan studi literatur. Observasi dilakukan dengan cara melihat secara langsung aktivitas dan prilaku generasi milenial, kemudian melakukan dokumentasi melalui foto. Di samping itu, penulis juga menyebarkan kusioner melalui *google form* yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

Studi literatur dilakukan dengan cara mencari data dari referensi buku, jurnal, majalah, koran, *website*, dan lainnya. Dari sumber-sumber referensi tersebut penulis pelajari relasi dan kaitannya terhadap topik yang diangkat dalam penelitian ini yakni logo PALTV ditinjau dari perspektif budaya digital. Menurut Nugroho dalam Pramudya menjelaskan bahwa tujuan utama riset adalah agar terbentuk pemahaman masalah yang lebih komprehensif dari berbagai sektor kehidupan manusia, terutama tentang faktor keberlanjutan lingkungan dan sosial, kemajuan zaman dan keterpakaian solusi pada masa depan [11]. Keseluruhan data yang telah dikumpulkan kemudian dilakukan tahapan analisis data dengan meninjau nilai persuasif dan komunikatif sebuah logo dalam menyampaikan pesan dan identitas perusahaan atau lembaga kepada masyarakat pendukungnya. Nilai persuasif dan komunikatif desain logo PALTV nanti akan diukur berdasarkan hasil kusioner yang disebarakan kepada audiens sekitar 50 orang.

## 3 HASIL DAN ANALISIS

### a. Deskripsi Unsur-Unsur Desain Logo PALTV

Proses kreatif karya desain senantiasa berangkat dari masalah dan menemukan *problem solving*, mengumpulkan data verbal dan visual, menentukan target sasaran, menyusun strategi kreatif dengan mempertimbangkan unsur-unsur desain dan prinsip-prinsip desain hingga penerapan dan publikasi. Prinsip-prinsip desain harus diperhatikan secara menyeluruh, mulai dari *layout*, *balance* atau keseimbangan, gradasi, tipografi, proporsi dan lainnya. Dengan menerapkan prinsip-prinsip desain secara baik mampu menarik perhatian orang yang melihat karya desain tersebut. Dalam tulisan ini penulis mencoba meninjau unsur-unsur desain dan prinsip-prinsip desain logo PALTV. Senada dengan Tinarbuko di dalam bukunya yang menjelaskan bahwa perjalanan kreatifnya diawali dari menemukan permasalahan komunikasi visual, mencari data verbal dan visual, menyusun konsep kreatif yang berlandaskan target sasaran, sampai dengan penentuan final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi yang fungsional, persuasif, artistik, estetis dan komunikatif [12]. Proses peninjauan dilakukan dengan cara mendeskripsikan keseluruhan desain logo PALTV. Proses deskripsi dapat diartikan sebagai proses pembedahan elemen-elemen desain dan menguraikannya satu-persatu. Seperti yang dijelaskan oleh Patriansah bahwa proses deskripsi dapat dilakukan dengan cara membedah dan menguraikan unsur-unsur desain baik verbal ataupun visual [13]. Bentuk tampilan desain logo PALTV dapat dilihat pada gambar 1 :






Gambar 1. Logo PALTV  
(Sumber foto : <https://paltv.disway.id/>)

Unsur-unsur desain yang terdapat pada gambar 1 terdiri dari unsur warna, *shape* (bidang), tipografi, dan *form* (bentuk). Kemudian unsur-unsur tersebut disusun berdasarkan prinsip penyusunan di antaranya adalah keseimbangan (*balance*), kontras atau perlawanan, dan proporsi. Unsur warna dalam logo PALTV terdiri dari warna biru, kuning merah, putih dan hitam. Warna biru terdapat pada *typo* PAL, sedangkan warna kuning digunakan sebagai *background*. Warna merah dapat dilihat pada bentuk bundar yang di dalamnya terdapat *typo* TV yang berwarna putih, sedangkan warna hitam terdapat pada slogan ‘memang punyo kito’. Jenis tipografi yang digunakan pada logo PALTV merupakan jenis huruf sans serif dengan ciri khasnya yang tidak menggunakan serif atau kaki dengan ketebalan *stroke* yang sama. Jenis huruf ini berkembang pada era modern sekitar abad ke-20 dan banyak sekali *brand-brand* ternama menggunakan jenis huruf ini dengan segala variasinya, hal ini dikarenakan jenis huruf ini terlihat jelas baik secara *legibility* dan *readability* sehingga mudah dikenal dan diingat oleh konsumen.

Secara visual prinsip keseimbangan pada logo PALTV menerapkan keseimbangan asimetris yakni pola yang tidak sama antara sisi satu dengan sisi lainnya. Prinsip kontras atau perlawanan terdapat pada bentuk bundar yang berwarna merah dengan *typo* TV yang berwarna putih di dalamnya yang terlihat kontras dibandingkan warna lainnya. Kemudian prinsip kontras juga terdapat pada *typo* PAL dengan ukuran yang paling besar, sehingga terlihat paling dominan dan menjadi pusat perhatian. *Typo* PAL tersebut bisa dikatakan sebagai bentuk identitas dari perusahaan Palembang Televisi. Secara keseluruhan, desain logo PALTV terlihat proporsional, baik dari segi *layout*, *typo* dan komposisi warna yang digunakan. Namun demikian, diperlukan suatu kajian yang lebih spesifik untuk melihat nilai persuasif dan komunikatif dari desain logo tersebut secara kontekstual di era digitalisasi saat ini, karena sebuah desain merupakan penanda zaman. Untuk lebih jelas deskripsi logo PALTV lihat tabel 1 :

Tabel 1. Proses pembedahan unsur-unsur desain logo PALTV

No	Potongan gambar	Unsur-unsur desain
1		<i>Typo</i> PAL merupakan singkatan dari Palembang yang menggunakan warna biru tua, <i>typo</i> PAL terlihat kontras dari segi ukuran huruf dan terlihat paling dominan. Pada bagian ini terdapat perubahan deformatif pada huruf L.

2		Bentuk bundar yang berwarna merah dengan <i>typo</i> TV berwarna putih di dalamnya dan terlihat paling kontras dari segi warna yang digunakan, TV sendiri merupakan singkatan dari televisi
3	<b>Memang Punyo Kito</b>	Slogan PALTV yang menggunakan warna hitam
4		<i>Background</i> yang yang berwarna kuning

#### b. Analisis Logo PALTV terhadap Budaya Digital

Berdasarkan analisis yang penulis lakukan berdasarkan identifikasi data yang diperoleh dari dekripsi logo PALTV menyatakan bahwa perancangan desain logo PALTV belum sepenuhnya mengikuti prinsip-prinsip desain logo yang baik, apabila hal ini dikaitkan dengan era digitalisasi saat ini. Kaedah dalam pembuatan desain logo harus mempertimbangkan prinsip-prinsip desain secara menyeluruh, mulai dari bentuk yang sederhana dan representatif terhadap perubahan zaman, proporsional yang mampu menimbulkan sugesti dan berkesan bagi para pemirsanya, serta relevan dengan kondisi dan budaya masyarakatnya. Hasil analisis terhadap logo PALTV diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada seluruh jajaran dan *stakeholder* PALTV dalam melakukan *rebranding* desain logo PALTV yang mampu merepresentasikan perkembangan budaya digital saat ini. Kekurangan-kekurangan tersebut dapat dilihat dari bentuk dan penggunaan warna yang terdapat pada logo PALTV. Warna yang digunakan keseluruhan merupakan warna primer, yang terkesan *flat* dan monoton karena tidak terdapat kombinasi-kombinasi warna seperti tingkatan warna atau gradasi dan pencahayaan atau gelap terang. Dalam prinsip seni rupa secara umum tingkatan warna dan pencahayaan mampu memberikan dimensi dan terkesan hidup, sehingga mampu memberikan daya tarik dan kesan yang kuat bagi para penikmat seni. Hal inilah yang belum terlihat pada konsep perancangan logo PALTV saat ini.

Adapun warna primer yang digunakan adalah warna merah, kuning, biru, hitam dan putih. Warna merah dapat dilihat pada bentuk lingkaran, warna kuning yang terdapat pada *background*, warna biru yang terdapat pada *typo* PAL, warna putih pada bagian *typo* TV dan warna hitam yang terdapat pada bagian slogan yakni 'Memang Punyo Kito'. Di samping itu, *typo* atau huruf yang digunakan masih terlihat biasa, hanya untuk memenuhi formalitas saja. Apabila di cermati, khususnya pada bagian *typo* PAL masih menggunakan jenis huruf sans serif yang memiliki ciri khas tanpa kaki atau serif. Pemilihan jenis huruf ini sudah tepat untuk logo *type*, namun kekurangannya pada aspek eksplorasi dan kreasi yang masih sangat minim sekali. Padahal pada bagian *typo* PAL merupakan senter dari logo PALTV, harusnya lebih dieksplorasi dan dikreasikan lagi agar lebih menarik. Jika lebih dieksplorasi lagi pada bagian ini dengan memuat unsur-unsur kelokalan yang menjadi identitas dari PALTV itu sendiri maka slogan 'memang punyo kito' tidak perlu ditampilkan pada bagian logo PALTV karena sudah diwakili dengan unsur-unsur kelokalan tersebut. Sehingga prinsip desain logo yang *simple*, sederhana dan representatif terlihat pada logo PALTV.

Desain logo PALTV secara proporsional masih belum terlihat, hal ini dapat dilihat pada bagian huruf L yang berwarna biru pada bagian kanan atas yang terdapat bentuk lingkaran berwarna merah dan *typo* TV yang berwarna putih di dalamnya. Pada bagian *typo* PALTV terdapat pemisahan antara *typo* PAL dan TV itu sendiri yang di dalamnya terdapat bentuk lingkaran berwarna merah dan bentuk bulan sabit berwarna biru. Secara proporsional bentuk tersebut belum menarik dan tentunya tidak menimbulkan kesan yang kuat bagi orang yang melihat logo



tersebut. Apalagi hal ini dikaitkan dengan konteks budaya digital saat ini. Prinsip desain logo selanjutnya adalah *timeless* artinya memiliki sifat abadi yang mampu merepresentasikan perkembangan zaman secara kontekstual. Hal inilah yang belum terlihat dalam perancangan desain logo PALTV saat ini. Dengan demikian, secara visual desain logo PALTV belum mampu merepresentasikan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digitalisasi saat ini. Apabila kita cermati perkembangan desain logo stasiun televisi nasional pada saat ini tidak ada pemisahan dari bentuk *font* yang digunakan. Misalnya, logo TVRI memang ada pemisahan antara TV dan RI, tetapi ukuran *font* yang digunakan masih tetap sama. Begitu juga halnya dengan desain logo SCTV dan RCTI tidak terdapat pemisahan baik dari segi ukuran dan warna yang digunakan.

Selanjutnya, jika perancangan sebuah desain logo sudah terlihat sederhana atau *simple*, proporsional dan *timeless*, hal lain yang perlu diperhatikan adalah relevansi desain logo tersebut terhadap konteks perkembangan sosio-budaya masyarakat pendukungnya, khususnya para generasi milenial yang merupakan generasi yang terikat dengan budaya digital saat ini. Hal ini dapat dilihat dari respon masyarakat generasi milenial dengan rentang usia mulai dari umur 18 tahun sampai dengan umur 35 tahun yang penulis kumpulkan melalui kusioner. Pertanyaan-pertanyaan yang bersifat mendasar sesuai dengan rumusan masalah yang disusun dalam penelitian ini yakni bagaimana bentuk visual logo PALTV ditinjau dari perspektif budaya digital. Ada 4 pertanyaan mendasar yakni pertama, bagaimana tampilan visual logo PALTV, apakah sudah merepresentasikan perkembangan era digitalisasi saat ini. Kedua, apakah visual logo PALTV sudah sesuai dengan prinsip desain logo yang *simple* atau sederhana, proporsional, *timeless* dan relevan. Pertanyaan ketiga, apakah desain logo PALTV sudah sesuai dengan target audiens yakni para generasi milenial yang erat kaitannya dengan budaya digital. Pertanyaan terakhir apakah diperlukan *rebranding* desain logo PALTV agar mampu menyesuaikan diri dengan konteks budaya digital saat ini.

Berdasarkan hasil kusioner yang disebarakan sekitar 70% menyatakan bahwa desain logo PALTV belum merepresentasikan budaya digital, selanjutnya 66% menyatakan bahwa desain logo PALTV belum sesuai dengan prinsip desain logo yang *simple*, proporsional, *timeless*, dan relevan. Keterkaitan logo PALTV terhadap generasi milenial 76% menjawab belum memiliki keterkaitan dari segi visual. Jawaban dari pertanyaan terakhir, 70% diperlukan *rebranding* desain logo PALTV tanpa harus menghilangkan identitas kelokalan dan dekat dengan masyarakat Kota Palembang yang tercerminkan dalam slogan yakni PALTV ‘memang punyo kito’. Secara garis besar berdasarkan hasil deskripsi dan analisis logo PALTV dan diperkuat dengan hasil jawaban dari kusioner yang sudah disebarakan, penulis mengidentifikasi bahwa logo PALTV sepenuhnya memang belum merepresentasikan budaya digital dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Di samping itu, desain logo PALTV belum sepenuhnya dirancang berdasarkan prinsip-prinsip desain logo. Untuk lebih jelas lihat tabel 2 :

Tabel 2. Hasil Kusioner Logo PALTV

No	Item Pertanyaan	Jumlah Kusioner	Setuju	Tidak setuju	Persentase (%)
1	Apakah desain logo PALTV sudah representatif terhadap budaya digital	50	15	35	70%
2	Apakah visual logo PALTV sudah sesuai dengan prinsip desain logo yang <i>simple</i> atau sederhana, proporsional, <i>timeless</i> dan relevan	50	17	33	66%
3	Apakah desain logo PALTV sudah sesuai dengan target audiens yakni para generasi milenial yang erat kaitannya dengan budaya digital	50	12	38	76%
4	Apakah diperlukan <i>rebranding</i> desain logo PALTV agar mampu menyesuaikan diri dengan konteks budaya digital saat ini	50	35	15	70%





### c. Nilai Persuasif dan Komunikatif Desain Logo PALTV Dalam Perspektif Era Digitalisasi

Logo merupakan sebuah entitas khusus (simbol) yang memiliki bentuk, warna, maupun filosofi. Karakteristik dari sebuah logo salah satunya adalah dapat memberikan informasi gambaran visi dan misi bagi si penggunanya (lembaga, organisasi, perusahaan, dan sebagainya), sehingga dapat menjadi media komunikasi secara tidak langsung kepada konsumen atau khalayak umum [14]. Desain logo merupakan bagian dari desain komunikasi visual yang bersifat persuasif dan komunikatif. Desain komunikasi visual secara harfiah dapat diartikan sebagai perencanaan atau perancangan yang menyampaikan segala bentuk informasi dalam wujud komunikasi visual. Karya desain merupakan cerminan dari zaman yang merepresentasikan perkembangan sosio-budaya masyarakat pendukungnya. Seorang desainer komunikasi visual dituntut memiliki kepekaan dan daya kreatifitas dalam merespon budaya digital yang erat kaitannya dengan generasi milenial saat ini. budaya digital tersebut muncul karena adanya pengaruh besar dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Apabila dicermati dalam keseharian kita, senantiasa dihadapkan dengan pesan visual dan verbal dari produk-produk yang diiklankan baik itu di televisi atau di berbagai media sosial. Tidak hanya itu, lembaga atau organisasi tertentu juga memanfaatkan pesan visual dan verbal, salah satunya melalui media iklan layanan masyarakat. Begitu juga dengan desain logo yang dari tahun-ketahun mengalami perubahan mengikuti dan menyesuaikan diri dengan situasi dan kemajuan zaman.

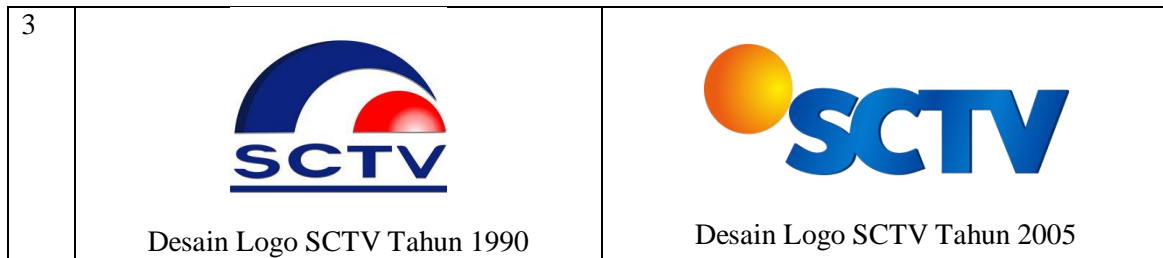
Melihat fenomena arus perkembangan budaya digital saat ini, sudah seharusnya sebuah perusahaan mampu menempatkan diri untuk mendapatkan pangsa pasar. Begitu juga halnya dengan perusahaan PALTV, mulai dari konten dan program acara yang disusun, hingga dari segi *branding* perusahaan melalui visualisasi logo harus bisa menempatkan diri dengan budaya digital saat ini. Hal ini dikarenakan sebuah logo memiliki peran mempersuasi dan berkomunikasi dengan masyarakat pendukungnya selaku konsumen. Kecenderungan generasi milenial saat ini yang mengkonsumsi budaya digital harus benar-benar disikapi oleh PALTV. Slogan PALTV ‘memang punyo kito’ diimplementasikan dalam rangkaian acara yang selalu melibatkan masyarakat dengan mengangkat isu-isu yang hangat. Di samping itu, konten acara juga banyak merepresentasikan aktifitas budaya dan tradisi masyarakat Sumatera Selatan, khususnya Kota Palembang. Namun demikian, dalam visual logo belum sepenuhnya bisa menempatkan diri dengan budaya digital.

Berdasarkan hasil deskripsi logo PALTV baik dari sisi bentuk, warna dan *typo*, gaya desain, *layout* dan proporsi masih belum memiliki unsur-unsur kebaruan dan terlihat menonjol. Apabila dikaitkan dengan perkembangan di era digitalisasi saat ini, maka desain logo PALTV masih sangat jauh dari tampilan visual yang mampu mempresentasikan budaya digital tersebut. Penulis mengidentifikasi bahwa desain logo PALTV secara visual masih banyak menggunakan elemen-elemen warna dan *typo*. Apabila kita cermati sebuah logo yang memiliki nilai persuasif dan komunikatif harus benar-benar disusun berdasarkan prinsip-prinsip dalam merancang sebuah desain logo yakni mengutamakan kesederhanaan bentuk *simple, timeless* yakni bersifat abadi, berkesan dapat dibuat secara proporsional sehingga mudah diingat, dan relevan artinya sebuah desain logo memang benar-benar dirancang sedemikian rupa berdasarkan konteks zamannya, sehingga desain logo yang dibuat relevan dengan budaya masyarakat pendukungnya. Berikut beberapa desain logo televisi yang penulis ambil sebagai referensi, kemudian di analisis terkait dengan perubahan desain logo yang menyesuaikan dengan perkembangan zaman sebagai berikut :

Tabel 2. Perubahan Beberapa Desain Logo Saluran Televisi

No	Logo Lama Stasiun Televisi	Perubahan Logo Terbaru
1	 <p>Desain Logo TVRI Tahun 2008 s/d 2018</p>	 <p>Desain Logo TVRI Tahun 2019 s/d sekarang</p>
2	 <p>Desain Logo RCTI Tahun 1997 s/d 2000</p>	 <p>Desain Logo RCTI Tahun 2023</p>





Menurut sumber-sumber yang penulis tinjau, sejauh ini belum ada perubahan dari logo PALTV, mulai dari awal berdirinya pada tahun 2005 hingga saat ini masih menggunakan logo yang sama. PALTV sebagai stasiun televisi pertama di Sumatera Selatan dan Kota Palembang sudah seharusnya melakukan *rebranding* agar bisa memposisikan diri dengan kebutuhan dan perkembangan zaman, terutama pada aspek budaya digital saat ini. Hal inilah yang dilakukan oleh stasiun televisi nasional yang terdapat pada tabel 2 di atas dengan tujuan agar bisa eksis dan survive di tengah perubahan zaman tersebut. Di samping itu, yang harus menjadi perhatian dari kegiatan *rebranding* desain logo PALTV adalah bentuk yang *simple* atau sederhana, proporsional, dan relevan. Dengan demikian, stasiun PALTV mampu memberikan nilai persuasif dan komunikatif bagi para pemirsanya. Kegiatan *rebranding* logo merupakan suatu upaya merubah dan memperbaharui logo lama dengan logo yang lebih baru dan *fresh*. Seperti penjelasan K. Molekandella Boer dalam Purnama, dkk bahwa *rebranding* merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperbarui sebuah *brand* yang telah ada agar menjadi lebih baik, namun tidak mengabaikan dan melupakan tujuan awal perusahaan, yaitu profit [15]. Namun demikian, *rebranding* logo PALTV tetap tidak merubah tujuan utama dari PALTV itu sendiri yakni lebih dekat dan banyak melibatkan masyarakat dengan slogan ‘memang punyo kito’.

#### 4 KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa desain logo PALTV belum sepenuhnya mengikuti prinsip-prinsip desain logo yang baik, apabila hal ini dikaitkan dengan era digitalisasi saat ini. Kaedah dalam pembuatan desain logo harus mempertimbangkan prinsip-prinsip desain secara menyeluruh, mulai dari bentuk yang sederhana dan representatif terhadap perubahan zaman, proporsional yang mampu menimbulkan sugesti dan berkesan bagi para pemirsanya, serta relevan dengan kondisi dan budaya masyarakatnya. Maka dari itu, sangat diperlukan *rebranding* agar citra visual dari logo PALTV mampu memberikan nilai persuasif dan komunikatif terhadap perkembangan budaya digital saat ini. Jika kita lebih terbuka lagi untuk melihat kondisi disekitar kita, sudah banyak sekali perusahaan televisi ataupun perusahaan lainnya melakukan *rebranding* desain logo mereka. Hal ini mereka lakukan dengan tujuan agar adaptif dengan kondisi sosio-budaya masyarakat dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini yang melahirkan budaya baru yakni budaya digital. Secara visual logo PALTV sepenuhnya memang belum merepresentasikan budaya digital dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Di samping itu, desain logo PALTV juga belum sepenuhnya dirancang berdasarkan prinsip-prinsip desain logo yang sederhana atau *simple*, *timeless*, proporsional dan relevan. Apabila desain logo PALTV sudah memuat prinsip-prinsip desain secara menyeluruh, tentu akan berdampak pada citra visual dari logo tersebut dengan bentuk yang sederhana dan representatif terhadap perubahan zaman, *timeless* pada masa dan waktu kapanpun, proporsional yang mampu menimbulkan sugesti dan berkesan bagi para pemirsanya, serta relevan dengan kondisi dan budaya masyarakatnya. Hal inilah yang harus benar-benar diperhatikan dalam melakukan *rebranding* desain logo PALTV.

Melalui penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan dan pedoman bagi pihak terkait dalam merancang sebuah desain logo. Di samping itu, penulis juga berharap melalui penelitian ini bisa dijadikan bahan kajian untuk melakukan kegiatan penelitian lainnya yang meninjau dan menganalisis sebuah desain logo. Selanjutnya penulis menyarankan agar para insan akademis bisa melakukan kegiatan penelitian dengan pendekatan yang berbeda terhadap desain logo PALTV, mulai dari pendekatan, semiotika, estetika, psikologi komunikasi dan lain sebagainya. Dengan adanya berbagai pendekatan disiplin ilmu yang berbeda tentu akan memberikan wawasan dan pengetahuan yang berdampak pada perubahan dan perkembangan terhadap perancangan sebuah desain logo bagi para desainer grafis.

**REFERENSI**

- [1] A. Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009.
- [2] A. Oscario, “Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand,” *Humaniora*, vol. 4, no. 1, p. 191, 2013, doi: 10.21512/humaniora.v4i1.3429.
- [3] M. Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, 1st ed. Yogyakarta: Jalasutra : Yogyakarta, 2010.
- [4] M. R. Farisi, “Sejarah dan Profil PAL TV,” 2016.
- [5] et al Ni Putu Erika Intan Cahyani Putri, “Upaya Generasi Milenial Melestarikan Budaya Indonesia Di Era Globalisasi,” in *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, 2023, pp. 142–150, doi: 10.1007/s11587-023-00779-9.
- [6] S. Everlin and Y. Erlyana, “Analisis Perubahan Desain Logo Gojek Tahun 2019,” *DESKOMVIS J. Ilm. Desain Komun. Vis. Seni Rupa dan Media*, vol. 1, no. 1, pp. 72–88, 2020, doi: 10.38010/dkv.v1i1.11.
- [7] S. Januariyansah, “Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori : Efektif Dan Efisien,” [https://www.researchgate.net/publication/328662854\\_ANALISIS\\_DESAIN\\_LOGO\\_BERDASARKAN\\_TEO RI\\_EFEKTIF\\_DAN\\_EFISIEN](https://www.researchgate.net/publication/328662854_ANALISIS_DESAIN_LOGO_BERDASARKAN_TEO RI_EFEKTIF_DAN_EFISIEN), vol. 1, no. 1, pp. 13–14, 2018, doi: 10.13140/RG.2.2.20543.97448.
- [8] Y. Yulius, “Analisis Tanda Visual Dan Verbal Pada Desain Poster ‘Hari Bidan Nasional,’” *Prasi J. Bahasa, Seni dan Pengajarannya*, vol. 17, no. 02, p. 2022, 2022, doi: <https://doi.org/10.23887/prasi.v17i02.53824>.
- [9] M. et al Patriansah, “Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Layanan Masyarakat ‘Stop Hoax’ Indosiar,” *Artchive, Indones. J. Vis. Art Des. Vol.*, vol. 04, no. 01, pp. 92–111, 2023, doi: 10.53666/artchive.v4i1.3767.
- [10] L. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Kualitatif Sasial (37th ed.)*. Remaja Rosdakarya, 2017.
- [11] B. Pramudya, P. Prasetya, A. Nirwana, and G. Artikel, “Perancangan Buku Panduan Optimalisasi Social Media Instagram Design Berbasis Mockup Untuk Meningkatkan Online Engagement,” *SASAK Desain Vis. dan Komun.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–14, 2023, doi: <https://doi.org/10.30812/sasak.v5i1>.
- [12] S. Tinarbuko, *Desain Komunikasi Visual, Penanda Zaman Masyarakat Global*, 1st ed. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service, 2015.
- [13] M. et al Patriansah, “Communication Signs Behind Aji Windu Viatra ’ s Poster : A Saussure Semiotic Study,” *Ekspresi Seni*, vol. 23, no. 1, pp. 217–228, 2021, [Online]. Available: <https://journal.isi-padangpanjang.ac.id/index.php/Ekspresi/article/view/1293>.
- [14] B. A. Pamungkas and A. A. G. A. Indrawan, “Logo sebagai Media Komunikasi Teknologi Analisis Semiotika pada Logo Meta,” *J. SASAK Desain Vis. dan Komun.*, vol. 3, no. 2, pp. 67–74, 2022, doi: 10.30812/sasak.v3i2.1696.
- [15] B. J. Purnama, H. Hasbullah, and I. N. Y. Sumadewa, “Re-Branding Identitas Visual Usaha Kopi Pengonong di Desa Batu Kumbang Lombok Barat,” *J. SASAK Desain Vis. dan Komun.*, vol. 3, no. 2, pp. 58–66, 2022, doi: 10.30812/sasak.v3i2.1699.