

ABSTRAK

Titi Widia, 1300642. KAJIAN VISUAL LOGO CLOTHING BERDASARKAN JENISNYA. Skripsi, Bandung: Program Studi S1 Departemen Pendidikan Seni Rupa. Fakultas Pendidikan Seni dan Desain. Universitas Pendidikan Indonesia

Logo merupakan salah satu produk desain komunikasi visual karena di dalamnya terdapat konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media dengan memanfaatkan elemen-elemen visual ataupun rupa untuk menyampaikan pesan untuk tujuan tertentu (tujuan informasi ataupun tujuan persuasi yaitu mempengaruhi perilaku). Logo juga dapat dijumpai di berbagai produk, salah satunya adalah produk *clothing*. Beragam jenis logo yang dapat kita jumpai pada produk *clothing* menjadi menarik untuk dikaji karena masing-masing dari logo tersebut memiliki visualisasi dan makna yang berbeda. Oleh karena itu peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian pada beberapa logo *clothing* yang dianggap memenuhi kriteria dari berbagai hal seperti sejarah pembuatan, visualisasi yang menarik, ketertarikan untuk diingat oleh masyarakat luas, dan lain-lain. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu visualisasi yang terdapat pada logo *clothing* berdasarkan jenisnya yaitu *logotype*, *logogram* dan *logotipo* serta makna yang disampaikan pada logo *clothing* berdasarkan jenisnya yaitu *logotype*, *logogram* dan *logotipo*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif analitis dengan pendekatan kualitatif. Pemilihan metode dan pendekatan ini bertujuan untuk mempelajari karakteristik yang diteliti. Dasar pemikiran kualitatif tidak bergantung pada kuantitas tetapi lebih pada kualitas yang akan diteliti. Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan dapat berupa teks, dokumen, gambar, foto, artefak atau obyek-obyek lain yang ditemukan di lapangan selama penelitian dilakukan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa secara visual logo dibagi berdasarkan tiga jenis, yang pertama adalah logo yang hanya memiliki unsur tulisan/*typografi* (*logotype*) yang terdiri dari *clothing* UNKL347, BLOODS, COSMIC, LUMO dan OUVAL RESEARCH. Logo yang hanya memiliki unsur gambar/*picture mark* (*Logogram*) yang terdiri dari *clothing* WADEZIG, KIDDRICK, BLACK ID, NOMITRADEMARK, dan MATERNAL. Logo yang hanya memiliki kedua unsur sekaligus yaitu tulisan dan gambar (*Logotipo*) yang terdiri dari *clothing* 3 SECOND, ZHEV, SHARKSCLOTHING, ABIGAIL dan SKATERS. Makna yang diterapkan pada semua logo *clothing* berdasarkan jenisnya ini secara umum memiliki konsep/idealisme yang hampir sama, yaitu mengangkat tema-tema mengenai *passion*, hobi, *lifestyle*, dan kecintaan terhadap musik.

Kata kunci: Kajian Visual, *Clothing*, *Logotype*, *Logogram*, *Logotipo*.

Titi Widia, 2018

KAJIAN VISUAL LOGO CLOTHING BERDASARKAN JENISNYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Logo is one of the visual communication design products because there are communication concepts and creative expressions, techniques and media by utilizing visual elements or forms to convey messages for specific purposes (the purpose of information or the purpose of persuasion is to influence behavior). We can also find logos on various products, one of which is a clothing product. Various types of logos that we can find in clothing products, are interesting to study because each of these logos has a different visualization and meaning. Therefore, researchers feel interested in doing research on some clothing logos. The selected logo is a logo that researchers consider to meet the criteria of various things such as the history of manufacture, interesting visualization, easy to remember by the wider community, and others. The formulation of the problem in this study is visualization is found in the clothing logo based on the type, namely logotype, logogram and logotipo and the meaning conveyed in the clothing logo based on its type, namely logotype, logogram and logotipo. The method used in this study is descriptive analytical method with a qualitative approach. The selection of methods and approaches aims to study the characteristics under study. Qualitative rationale does not depend on quantity but rather on the quality to be studied. In qualitative research, the data collected can be in the form of text, documents, pictures, photos, artifacts or other objects found in the field during the study. The results of the study explain that visually the logos are divided into three types, the first is a logo that only has writing/typographic (logotype) elements consisting of UNKL347, BLOODS, COSMIC, LUMO and OUVAL RESEARCH clothing. A logo that only has a picture mark (Logogram) consisting of WADEZIG, KIDDROCK, BLACK ID, NOMITRADEMARK, and MATERNAL clothing. Logo that only has two elements at once, namely writing and drawing (Logotipo) which consists of 3 SECOND, ZHEV, SHARKSCLOTHING, ABIGAIL and SKATERS clothing. The meaning that is applied to all clothing logos based on this type generally has almost the same concept/idealism, namely raising themes about passion, hobbies, lifestyle, and love of music.

Keywords: Visual Analysis, Clothing, Logotype, Logogram, Logotipo

Titi Widia, 2018

KAJIAN VISUAL LOGO CLOTHING BERDASARKAN JENISNYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu