

ANALISIS FUNGSI DAN ESTETIKA LOGO 'NYENYES' PALEMBANG

Mukhsin Patriansah^{1*}, Aji Windu Viatra², Iqbal Maulana Yazid³

^{1,2,3} Universitas Indo Global Mandiri Palembang, Indonesia

email: ramamaupan@student.uns.ac.id

Abstract

The logo as a visual identity contains design elements as symbols to represent the values, goals and characteristics of the entity it represents. The background to the author's interest in this study is the use of the word "Nyenyes" in the logo being studied. The main problem raised in this study is how the design principle of the Nyenyes Palembang logo is, reviewed from the aspects of function and aesthetics. The problem-solving plan begins by using a qualitative research method with a measurable and systematic process analysis, starting from the stages of logo description, logo analysis by looking at relationships and relevance, and assessing function and aesthetics based on design principles such as simplicity, timelessness, balance, proportionality, and relevance. Thus, the results of the study can be seen from the visual appearance of the Nyenyes Palembang logo which has implemented design principles comprehensively, so that the value of the effectiveness and efficiency of the logo is very visible and has relevance to the culture of the Palembang city community. The data collection process was taken from the results of Observation, Documentation and literature studies. The results of the analysis are reinforced by the questionnaire data collected by the author, from a total of 50 correspondences, more than 70% stated that the Nyenyes Palembang logo as a visual identity is attractive, effective and efficient in conveying messages to the target audience.

Keywords: *Nyenyes Palembang, Functional and Aesthetic.*

Abstrak

Logo sebagai identitas visual di dalamnya terdapat elemen-elemen desain sebagai simbol untuk merepresentasikan nilai, tujuan dan karakteristik entitas yang diwakili. Hal yang melatarbelakangi ketertarikan penulis riset ini adalah penggunaan kata "Nyenyes" pada logo yang dikaji. Masalah utama yang diangkat di dalam riset ini adalah bagaimana prinsip desain logo Nyenyes Palembang, ditinjau dari aspek fungsi dan estetika. Rencana pemecahan masalah dimulai dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan proses analisis yang terukur dan sistematis, dimulai dari tahapan deskripsi logo, analisis logo dengan cara melihat relasi dan relevansi, serta kajian fungsi dan estetika berdasarkan prinsip desain seperti simplicity, timeless, keseimbangan, proporsional, dan relevan. Dengan demikian, hasil penelitian dapat dilihat dari tampilan visual logo Nyenyes Palembang yang sudah menerapkan prinsip-prinsip desain secara menyeluruh, sehingga nilai efektifitas dan efisiensi logo sangat terlihat dan memiliki relevansi terhadap budaya masyarakat kota Palembang. Proses pengumpulan data diambil dari hasil Observasi, Dokumentasi dan studi literatur. Hasil analisis diperkuat dengan data kuesioner yang penulis kumpulkan, dari total 50 korespondensi lebih dari 70% menyatakan bahwa logo Nyenyes Palembang sebagai identitas visual sudah menarik, efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

Kata kunci: Logo, Nyenyes Palembang, Fungsi dan Estetika.

PENDAHULUAN

Logo merupakan bagian terpenting dalam bidang ilmu Desain Komunikasi Visual yang memanfaatkan berbagai elemen visual dan juga prinsip desain dengan tujuan membentuk identitas suatu merek, organisasi, ataupun produk. Sebagai simbol grafis, logo dirancang untuk

mencerminkan nilai, tujuan, dan karakteristik entitas yang diwakilinya. Oleh karena itu, analisis logo menjadi sangat penting dilakukan untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip desain sebuah logo dengan menerapkan berbagai elemen visual, seperti bentuk, warna, tipografi, dan elemen desain lainnya, digunakan untuk

menyampaikan pesan tertentu kepada *audience*.

Patriansah di dalam tulisannya menjelaskan bahwa logo memiliki peran penting dalam merepresentasikan sekaligus mendefinisikan identitas sebuah perusahaan (Patriansah & Gion, 2023, p. 93). Hal ini juga senada dengan pendapat Kusrianto di dalam bukunya bahwa logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi (Kusrianto, 2009). Di samping itu, logo sebagai sebuah simbol juga mampu memberikan pesan berupa motivasi yang mampu menumbuhkan semangat secara internal karena mengandung makna filosofi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pendapat lainnya juga menjelaskan bahwa sebuah logo harus memiliki *image/citra* dari *brand* dan nilai-nilainya yang mampu disampaikan kepada semua orang terlebih bagi target pasarnya (Jeremiah, 2024, p. 122). Selanjutnya, Pendapat lainnya juga menjelaskan bahwa logo merupakan cara mendesain yang menggunakan berbagai macam elemen seperti tulisan, gambar, ilustrasi, dan lain-lain (Rustan, 2019).

Dalam tulisan ini, penulis tertarik untuk mengkaji prinsip desain pada logo *Nyenyès* Palembang, terutama pada penggunaan kata "*Nyenyès*" itu sendiri. *Nyenyès* Palembang merupakan anak perusahaan dari PT Unikaor Kreatif Indonesia. *Nyenyès* Palembang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pakaian, khususnya baju kaos. Perusahaan ini sudah berdiri sejak 16 Juli 2009 yang dipelopori oleh Yoki Firmansyah. Kaos *Nyenyès* Palembang merupakan kaos kebanggaan masyarakat kota Palembang, khususnya para generasi muda. Visi utama kaos *Nyenyès* Palembang adalah menjaga kelestarian budaya lokal Palembang dan Sumatera Selatan, dalam balutan gaya hidup urban dan kekinian. Dengan demikian, nilai-nilai tradisi bisa tumbuh dan hidup di tengah perubahan zaman dan globalisasi. Berikut logo *Nyenyès* Palembang, Lihat gambar 1.



Gambar 1. Logo *Nyenyès* Palembang
(Sumber: Nyenyès.com/about-us/)

Penulis mengamati kendala terbesar dari produk lokal pada umumnya, khususnya kaos *Nyenyès* Palembang adalah persaingan produk global, hal ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi oleh produk lokal, karena produk impor dari negara lain yang memiliki daya tarik dengan harga yang relatif lebih murah. Di sisi lain, tantangan yang dihadapi adalah sulitnya menjangkau target pasar di luar kota Palembang dan Nasional. Keunikan desain baju juga ikut berpengaruh terhadap daya beli konsumen karena selera pasar yang terus berubah bisa menjadi tantangan jika desain atau produk tidak mampu menyesuaikan *trend* terkini.

Basis penelitian ini hanya dibatasi pada aspek kajian logo *Nyenyès* Palembang. Adapun masalah utama yang diangkat di dalam riset ini adalah bagaimana prinsip desain logo *Nyenyès* Palembang, ditinjau dari aspek fungsi dan estetika. Dengan adanya riset ini penulis bisa menemukan nilai kebaruan dari penelitian yang dilakukan yakni melihat sejauh mana efektifitas dan efisiensi logo *Nyenyès* Palembang dalam menjawab visi perusahaan yang telah ditetapkan. Upaya mengukur nilai kebaruan dari hasil riset ini penulis melakukan pencarian melalui google cendekia dan researchgate.com, penulis belum menemukan hasil riset manapun yang membahas topik penelitian tentang kaos *Nyenyès* Palembang.

Riset ini menjadi sangat penting untuk diuji dan diukur karena sebuah logo harus benar-benar efektif dan efisien dalam membangun citra visual yang mewakili identitas perusahaan. Proses analisis yang dilakukan dalam riset ini lebih kepada aspek elemen visual dan prinsip desain yang dimuat pada logo *Nyenyès* Palembang. Di samping itu, penelitian ini juga melihat dan menganalisis sejauhmana nilai fungsi dan estetika baik dari pesan visual dan verbal yang digunakan, apakah sudah mewakili identitas perusahaan dan

membangun citra visual yang mampu mempersuasi target *audiens*. Dengan adanya riset terhadap logo *Nyenyes* Palembang ini penulis mampu mengukur daya tarik visual, keselarasan antara logo dan perusahaan, ciri khas atau keunikan, dan kesesuaian dengan tren saat ini.

Sebuah logo dibuat harus memuat pembendaharaan yang konsisten, tidak hanya sekedar mengikuti keinginan atau selera pribadi, karena di luar aspek visual, ada banyak sekali aspek lain yang mempengaruhi kesuksesan sebuah *brand*, seperti segmentasi pasar, target pasar, lingkungan, budaya, dan lainnya. menurut Rustan proses mendesain logo dalam konteks lokal Indonesia juga mencakup, 1) memahami latar belakang budaya *klien*, 2) membuat sketsa logo dalam berbagai alternatif, dan 3) memastikan logo memiliki kekuatan visual dan mudah diterapkan di berbagai media (Rustan, 2013).

Pendapat Rustan tersebut dapat diartikan bahwa dalam mendesain logo hal pertama yang harus diperhatikan adalah latar belakang budaya, maka dari itu proses analisis ini melihat sejauh mana logo *Nyenyes* Palembang mampu mewakili identitas budaya lokal, yang menjadi misi utama dari perusahaan dengan segmentasi pasar yakni remaja kota Palembang. Selanjutnya, pendapat Olins di dalam bukunya menjelaskan bahwa logo berperan sebagai representasi visual dari nilai-nilai dan pesan yang ingin disampaikan oleh suatu organisasi. Melalui analisis elemen visual seperti warna, bentuk, dan tipografi, kita dapat memahami strategi komunikasi yang digunakan (Olins, 2003).

Proses analisis sebuah logo merupakan bagian penting dalam kajian Desain Komunikasi Visual, hal ini dikarenakan sebuah logo tidak hanya memuat sebuah tanda berupa simbol visual atau verbal, melainkan alat komunikasi yang strategis dalam kegiatan *branding*. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menganalisis sejauh mana strategi komunikasi yang dirancang dalam desain logo *Nyenyes* Palembang mampu mencerminkan identitas, latar belakang budaya, dan misi perusahaan.

Rencana pemecahan masalah yang digunakan dalam riset ini melibatkan beberapa langkah dan tahapan yang terukur dan sistematis agar dapat mendukung proses analisis terhadap prinsip-prinsip desain berdasarkan nilai fungsi dan estetika

dari logo *Nyenyes* Palembang. Langkah *pertama*, melakukan proses deskripsi terhadap logo *Nyenyes* Palembang dengan cara melakukan pembedahan secara detail dan menyeluruh terhadap elemen-elemen desain. Langkah *kedua*, proses analisis dengan cara mengamati relasi yang dibangun antara elemen desain dengan realitas sebenarnya. Di sisi lain, upaya mengukur relevansi riset dengan pokok permasalahan identitas visual logo *Nyenyes* Palembang, penulis juga melakukan survei dengan menggunakan kusioner terhadap generasi muda Palembang sebagai target *audiens* dari perusahaan *Nyenyes* Palembang.

Dengan demikian, hasil dari penelitian ini mampu mengukur sejauhmana peran logo *Nyenyes* Palembang mampu mensugesti dan mempersuasi target *audiens* pada aspek nilai fungsi dan estetika. Selanjutnya, capaian penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih terhadap keilmuan Desain Komunikasi Visual baik sebagai acuan dalam konsep perancangan dan penelitian. Di sisi lain, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan *Nyenyes* Palembang untuk melihat pengaruh *brand awareness* bagi target *audiensnya* dengan cara menentukan sikap terhadap efektifitas, daya tarik dan konsistensi sebuah logo *Nyenyes* Palembang dalam kegiatan promosi.

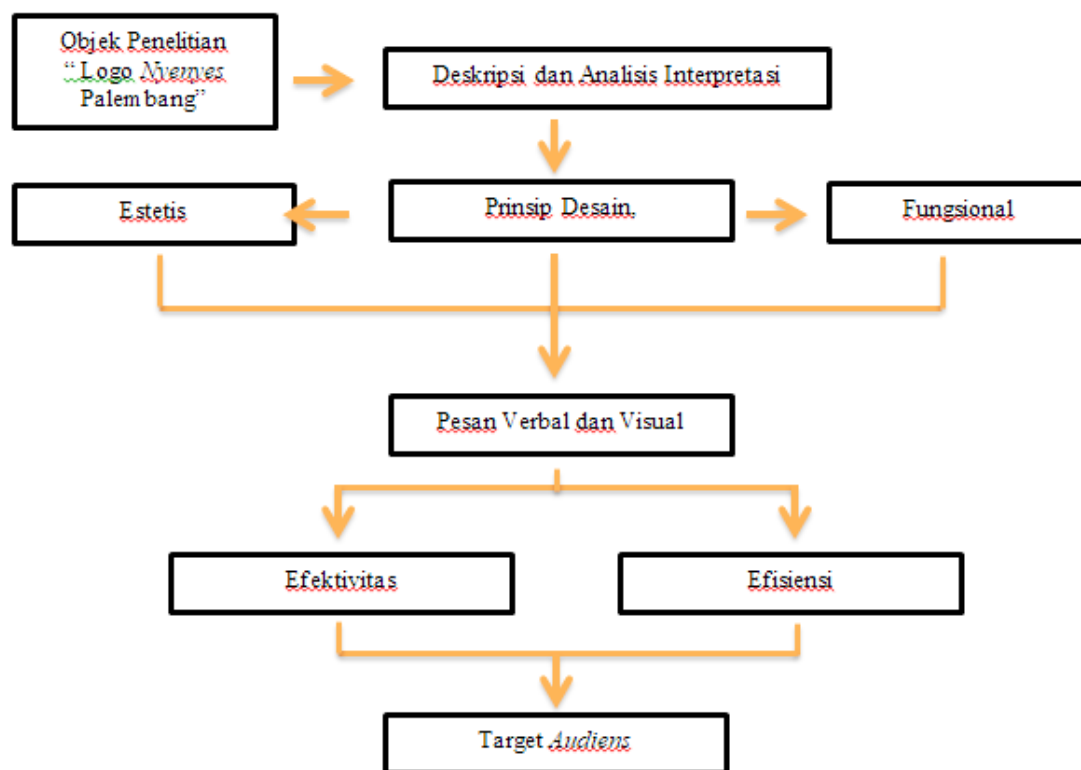
METODE

Dalam konteks penelitian, metode dapat diartikan sebagai cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016). Dengan adanya metode, maka sebuah penelitian akan lebih terukur dan sistematis. Adapun metode yang digunakan dalam riset ini adalah metode penelitian kualitatif. Secara garis besar penelitian kualitatif berfokus pada eksplorasi mendalam terhadap suatu fenomena yang dikaji, yang menitikberatkan pada proses, interaksi dan interpretasi bukan angka atau statistik. Seperti penjelasan 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 (Moleong, 2017).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan beberapa pendekatan seperti observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Observasi

merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan survey atau turun langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan mendalam terkait interaksi target *audiens* terhadap logo *Nyenyès* Palembang. Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan, mempelajari, dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan dengan objek penelitian bisa berupa foto, gambar, tulisan, video, dan lain sebagainya.

Sedangkan, studi literatur adalah proses pengumpulan data melalui berbagai sumber literatur yang memiliki kredibilitas dan relevansi dengan objek kajian seperti, artikel ilmiah, buku akademik, situs resmi, laporan penelitian, disertasi, tesis, artikel konferensi dan lain sebagainya. Teknik pengumpulan data ini sangat penting dilakukan untuk mengumpulkan berbagai jenis data atau informasi yang mampu mendukung riset penelitian yang dilakukan. Berikut kerangka pikir penelitian, lihat Bagan 1.



Bagan 1. Kerangka Pikir Penelitian
(Sumber: *Nyenyès.com/about-us/*)

Berdasarkan kerangka pikir penelitian pada gambar 2 di atas dapat dijabarkan sebagai berikut: Logo *Nyenyès* Palembang sebagai objek penelitian dikaji dengan tahapan deskripsi dan analisis interpretasi berdasarkan prinsip desain, nilai fungsi dan estetika. Tujuannya untuk melihat pesan atau informasi yang disampaikan melalui tanda verbal dan visual. Pesan verbal dan visual tersebut dikaji untuk mengukur sejauhmana efektifitas dan efesiensi logo *Nyenyès* Palembang terhadap target *audiens*. Seperti penjelasan Patriansah di dalam tulisannya bahwa Efektifitas sebuah logo harus bisa

menarik perhatian dan memberikan sugesti yang kuat kepada konsumennya, sehingga mudah diingat (Patriansah et al., 2024, p. 259).

Instrumen penelitian **adalah** alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan. Menurut Sukendra dan Atmaja instrumen penelitian memiliki fungsi yang sangat penting dalam proses penelitian, yaitu digunakan sebagai alat dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam suatu penelitian (Sukendra & Atmaja, 2020, p. 2). Maka dari itu, peneliti memiliki peran aktif dalam teknik pengumpulan data sekaligus sebagai

instrumen penelitian. Hal ini disebabkan, peneliti bertindak sebagai perencana dan sekaligus sebagai pelaksana dari rancangan penelitian yang sudah dirumuskan. Di samping itu, pemilihan instrumen yang tepat sangat penting agar data yang diperoleh valid dan reliabel.

Jenis instrumen penelitian yang digunakan adalah wawancara dan kusioner. Wawancara merupakan proses pengumpulan data melalui interaksi langsung antara peneliti dan narasumber. Adapun nara sumber yang penulis pilih untuk diwawancarai adalah *owner* kaos *Nyenyas* Palembang yakni Yoki Firmasnyah. Dalam proses wawancara ini penulis mengajukan beberapa pertanyaan mendasar untuk dijadikan data analisis terkait perancangan logo *Nyenyas* Palembang. Misalnya, penggunaan kata *Nyenyas* kenapa kata tersebut dipilih dan digunakan dalam perancangan logo yang dibuat. Pertanyaan selanjutnya, tujuan utama perusahaan kaos *Nyenyas* dibuat untuk apa dan bagaimana perkembangannya.

Instrumen kusioner digunakan untuk mengukur sejauhmana efektifitas dan efesiensi logo *Nyenyas* Palembang dalam menyampaikan visi perusahaan terhadap target *audiens* yakni generasi muda, khususnya di Kota Palembang. kusioner ini dibuat menggunakan *google form* dan linknya akan diberikan kepada mahasiswa yang ada di kampus Universitas Indo Global Mandiri Palembang, khususnya mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual. Jumlah partisipan yang mengisi data kusioner ini berjumlah 50 orang mahasiswa.

Di samping itu, penulis juga melakukan penelusuran melalui *platform* resmi *Nyenyas* Palembang yakni *Nyenyas.com*. Melalui penelusuran ini, penulis bisa mendapatkan berbagai data penting yang dibutuhkan untuk proses analisa data di antaranya sejarah berdirinya perusahaan, identitas perusahaan, visual logo, jenis produk, visi dan misi perusahaan, konsep desain produk dan lain sebagainya. Instrumen lainnya sebagai instrumen pembantu berupa alat tulis untuk mencatat hal-hal penting yang ditemukan dalam proses pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, *tape recorder* sebagai alat perekam dalam wawancara, serta kamera digital untuk mengambil gambar pada proses penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Kaos *Nyenyas* Palembang dan Perkembangannya Saat Ini

Nyenyas merupakan bahasa Palembang yang dapat dipadankan dengan kata “nyinyir” atau “cerewet”. Secara garis besarnya penggunaan kata *Nyenyas* di sini lebih menitikberatkan pada sebuah percakapan sehari-hari bagi masyarakat kota Palembang. Percakapan berupa kata atau kalimat tersebut menjadi ide dasar yang dituangkan ke dalam kaos *Nyenyas* Palembang. Di samping itu, proses ide kreatifnya juga bersumber dari pantun dan tempat-tempat terkenal dan bersejarah di Kota Palembang seperti Ampera, Benteng Kuto Besak dan lainnya, serta mengambil ide dari berbagai jenis makanan khas kota Palembang dan Sumatera Selatan. Seperti yang penulis kutip dari Sumselupdate.com *Nyenyas* adalah salah satu *brand* lokal yang terkenal di Kota Palembang dalam urusan memparodikan budaya dan kearifan lokal dalam bentuk kaos (Sumselupdate.com, 2016).

Berdasarkan penelusuran penulis dari *platform* *Nyenyas.com* bahwa perusahaan ini berada di bawah Bendera PT. Unikaos Kreatif Indonesia yang didirikan oleh Yoki Firmansyah sejak tahun 2009 di Kota Palembang. berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Yoki bahwa kaos *Nyenyas* Palembang memilih konsep multi *merchandise* dengan menggabungkan budaya lokal dan *trend* kekinian. Tujuannya agar produk kaos yang dihasilkan bisa diterima oleh kalangan generasi muda saat ini. Menurut yoki dalam kurun waktu 12 tahun sampai dengan saat ini, kaos *Nyenyas* sudah memiliki 5 cabang yang tersebar di Kota Palembang di antaranya di Benteng Kuto Besak, Jl. Sudirman, Jl. Kapten Rivai, bandara Sultan Mahmud Badaruddin Palembang, dan *Outlet Mobil (Kulukilir)*¹.

Kaos *Nyenyas* memiliki komitmen untuk tetap konsisten dalam menghadirkan desain-desain baru yang kreatif dan inovatif sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman. Di samping itu, identitas budaya lokal tidak luput menjadi prioritas utama yang selalu dihadirkan di dalam kaos *Nyenyas* Palembang dengan tujuan untuk menjaga dan melestarikan kearifan lokal. Kaos *Nyenyas* Palembang juga memiliki akun resi di media sosial

¹ Kulukilir artinya menjual secara berkeliling dengan menggunakan mobil.

salah satunya adalah Instagram dengan jumlah *follower* lebih dari 37 ribu dan 10 ribu lebih postingan mengenai produk yang dipromosikan. Dengan jumlah *follower* dan postingan tersebut tentu sudah menjadi indikator bahwa kaos *Nyenyès* Palembang mendapat tempat di tengah generasi muda Kota Palembang.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa plesetan pada Kaos *Nyenyès* memiliki berbagai fungsi, seperti kreativitas, prestise, humor komunikasi, sindiran, dan untuk mencerminkan diri pada situasi yang menguntungkan (Ernawati, Y., & Zahara, 2024). Menurut Zahara di dalam tulisannya menjelaskan bahwa kaos *Nyenyès* merupakan tempat pusat pembelian oleh-oleh Palembang dan semua produk yang dihasilkan di desain dengan keunikan yang berakar dari kearifan lokal yang menjadi ciri khas kota Palembang (Zahara, 2023).

Jenis-jenis produk yang dijual adalah baju kaos *mangecek* (kaos pria), *bicek* (kaos wanita), *nyesik* (kaos anak-anak), *sweater*, dan aksesoris seperti jam dinding, *handphone coverbag*, kalender, gantungan kunci, topi, *paper bag*, dompet, *bros*, *card pocket* dan lain sebagainya. Sedangkan harga kaos pria dan wanita dijual kisaran harga Rp. 145.000 - Rp. 165.000/pcs. Semua produk ini bisa dilihat dan dibeli melalui *platform* resmi kaos *Nyenyès* Palembang yakni *Nyenyès.com*.

Pada masa pandemi nilai jual kaos *Nyenyès* Palembang mengalami peningkatan karena banyak orang yang ingin berbelanja secara online ditengah pandemi. Hal ini tidak terlepas dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh yoki selaku owner yang memanfaatkan *platform* jual beli *online* dan media sosial. Secara keseluruhan, Kaos *Nyenyès* Palembang terus berkembang dengan mempertahankan identitas budaya lokal sambil beradaptasi dengan *tren* dan teknologi terkini untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun demikian, keberadaan kaos *Nyenyès* Palembang juga memiliki tantangan yang sangat berat akibat arus globalisasi untuk bersaing dengan prduk kaos import dari luar negeri yang memiliki daya tarik dengan harga yang relatif lebih murah.

Deskripsi Logo *Nyenyès* Palembang

Deskripsi merupakan proses kegiatan yang sangat penting dan bersifat fundamental dalam menganalisis suatu objek penelitian, dalam hal ini adalah karya seni (Patriansah & Wijaya, 2021, p.

39). Dalam praktiknya kegiatan ini menjadi sangat penting untuk mengukur validitas suatu penelitian dengan cara melakukan identifikasi data untuk menemukan gambaran umum dari objek yang diteliti. Di samping itu, Proses deskripsi bisa dijadikan acuan untuk melakukan proses analisis, evaluasi dan penilaian. Dalam proses deskripsi seorang penulis atau pengamat harus menunda terlebih dahulu proses analisis data dan interpretasi atau penafsiran makna.

Proses deskripsi bisa dimulai dengan cara membedah bagian perbagian yang terdapat di dalam objek seni yang diteliti dengan memisahkan unsur-unsur yang tersusun di dalamnya seperti garis, tipografi, warna, bidang/*shape*, serta prinsip-prinsip penyusunan seperti komposisi, gradasi, irama, gaya desain, layout, dan lainnya. semua unsur dan prinsip desain yang diterapkan oleh seniman atau desainer tersebut merupakan suatu pengalaman kreatif yang sangat berharga dan mahal.

Menurut Tinarbuko, dalam proses perancangan Desain Komunikasi Visual harus mengedepankan konsep kreatif yang berlandaskan target *audiens*, sampai dengan penentuan final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi yang mengandung nilai fungsional, persuasif, artistik, estetis dan komunikatif (Tinarbuko, 2015). Berikut deskripsi logo *Nyenyès* Palembang yang akan penulis bedah secara detail pada bagian ini, untuk logonya lihat gambar 2.



Gambar 2. Logo *Nyenyès* Palembang
(Sumber: *Nyenyès.com/about-us/*)

Logo *Nyenyès* Palembang di atas terdiri dari *logotype* dan *logogram*. *Logotype* merupakan logo yang mengutamakan bentuk-bentuk huruf yang khas, sedangkan *logogram* merupakan logo yang memanfaatkan bentuk atau simbol visual. Adapun elemen-elemen desain yang membentuk kedua jenis logo tersebut terdiri dari elemen warna, *shape* (bidang), tipografi, dan *form* (bentuk). Kemudian, elemen desain tersebut disusun dengan

menerapkan prinsip desain di antaranya adalah *balance*, kontras dan proporsi.

Elemen warna yang digunakan pada gambar 2 di atas terdiri dari warna kuning dan hitam. Warna kuning terdapat pada tanda seru dan bidang di bagian belakang dari *headline* “kaos Kito Galo” yang berwarna hitam, sedangkan warna hitam lainnya juga terdapat pada bagian tulisan “*Nyenyès Palembang*” dan bentuk visual di bagian tanda seru. Sedangkan, tipografi atau huruf yang digunakan adalah jenis huruf sans serif yang terlihat pada bagian kalimat “Kaos Kito Galo”. Selanjutnya kata “*Nyenyès*” merupakan huruf kreasi dengan ciri khas tersendiri, tujuannya untuk menonjolkan nama merek mereka yakni *Nyenyès*. Kata “Palembang” apabila dicermati menggunakan jenis huruf sans serif juga.

Jenis huruf sans serif sudah berkembang sejak abad ke-20, tepatnya dizaman modren. Namun, dalam konteks era digitalisasi saat ini, jenis huruf sans serif banyak sekali dimanfaatkan sebagai

identitas visual sebuah *brand* atau merek, hal ini dikarenakan nilai kejelasan (*legibility*) dan nilai keterbacaan (*readability*), sehingga mempermudah konsumen mengenal dan mengingatkan sebuah *brand* atau merek yang ditampilkan.

Prinsip desain yang diterapkan seperti *balance* sangat terlihat pada tampilan logo *Nyenyès Palembang*, hal ini dapat dicermati pada bagian keseluruhan tampilan logo yang menerapkan keseimbangan asimetris yakni keseimbangan yang tidak sama antar satu sisi dengan sisi lainnya. Selanjutnya, prinsip kontras atau perlawanan yang diterapkan pada logo ini dapat dilihat pada warna yang digunakan yakni warna hitam dan warna kuning. Sedangkan, prinsip proporsi dapat dilihat dari keseluruhan logo yang terlihat sangat proporsional bai dari susunan tipografi, warna dan bentuk visual yang digunakan. Untuk melihat secara detail proses pembedahan logo *Nyenyès Palembang*, lihat tabel 1.

Tabel 1. Proses Deskripsi Logo *Nyenyès Palembang*

Detail Gambar	Deskripsi
	<i>Logogram</i> ini menggunakan tanda seru yang berwarna kuning sebagai senter atau pusat perhatian dengan visual percikan yang berwarna hitam. <i>Logotype</i> ini terdiri dari dua suku kata yakni “<i>Nyenyès</i>” dan “<i>Palembang</i>” yang keduanya menggunakan warna hitam. Kata “<i>Nyenyès</i>” merupakan jenis <i>typo</i> kreasi yang memiliki ciri khas tersendiri. Sedangkan, Kata <i>Palembang</i> apabila dicermati menggunakan jenis huruf sans serif juga. <i>Headline</i> “kaos Kito Galo” yang menggunakan warna hitam dan <i>background</i> berwarna kuning.

(Sumber: Pengolahan Data Oleh Patriansah, 2025)

Analisis Logo *Nyenyès* Palembang

Proses identifikasi data pada bagian deskripsi sebelumnya cukup membantu penulis untuk melakukan analisis data. Menurut Marianto analisis adalah pengujian atas sesuatu yang secara keseluruhan kompleks, dengan cara memecah-mecahnya jadi bagian per bagian, dan mengobservasinya satu per satu (Marianto, 2011). Pengujian di sini diartikan sebagai suatu proses pemecahan masalah dengan cara melihat dan memisahkan bagian perbagian untuk menemukan solusi dan makna pada objek penelitian. Solusi dan makna tersebut bisa dilakukan dengan cara melihat relasi antara bagian dengan realita sebenarnya. Misalnya warna hitam dan kuning, seperti apa warna tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, ada benang merah yang ditemukan dalam proses analisa data yang dilakukan.

Berdasarkan hasil identifikasi data pada bagian deskripsi karya, maka elemen desain yang digunakan pada logo *Nyenyès* Palembang adalah warna, bidang/ *shape*, tipografi, dan bentuk/ *form*. Warna yang digunakan adalah warna hitam dan kuning. Warna hitam adalah warna mati atau gelap, dan tidak termasuk warna primer atau sekunder. Dalam dunia desain warna hitam digunakan untuk menciptakan kontras dan bersifat netral. Sedangkan warna kuning merupakan warna primer dari 3 warna yakni biru, merah dan kuning dan warna kuning termasuk warna yang cerah dan mencolok. Dalam dunia desain dan seni warna kuning digunakan untuk memberikan energi, kegembiraan, ceria dan rasa optimisme.

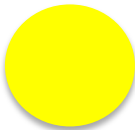
Elemen tipografi pada logo *Nyenyès* Palembang dapat dilihat dari penggunaan kata dan kalimat di antaranya adalah kata *Nyenyès*, Palembang dan kalimat Kaos Kito Galo. Ketiga unsur verbal ini merupakan kata yang diambil dari

bahasa asli Kota Palembang. *Nyenyès* merupakan kata yang dapat dipadankan dengan kata cerewet, Palembang merupakan nama kota asal perusahaan ini didirikan. Sedangkan Kaos Kito Galo merupakan sebuah kalimat ajakan yang menggunakan bahasa asli Palembang yang mengadopsi sebuah frasa yang sudah menjadi slogan terkenal di kota Palembang adalah "Wong Kito Galo". "Wong Kito Galo" secara harfiah berarti "kita semua orang Palembang" dan sering dipakai sebagai ekspresi kebanggaan untuk masyarakat Palembang atau Sumatera Selatan pada umumnya.

Bidang/ *shape* dalam dunia desain merupakan bagian penting dalam sebuah perancangan logo, seperti bidang persegi, segitiga, lingkaran dan lainnya. apabila dicermati bidang/ *shape* yang digunakan dalam tampilan logo *Nyenyès* Palembang menggunakan bidang persegiempat. Secara umum bidang persegi mencakup persegiempat sama sisi dan persegipanjang dengan berbagai variasi. Bidang persegi mampu menciptakan kestabilan karena mampu membingkai elemen visual di dalamnya. Bidang segiempat ini yang gunakan pada tampilan logo *Nyenyès* Palembang, sehingga mampu membingkai secara tegas dan stabil elemen visual dan verbal di dalamnya.

Elemen terakhir yang digunakan adalah bentuk/ *form*. Bentuk/ *form* dapat dilihat pada *logogram* yang terdiri dari bentuk tanda seru dan percikan. Tanda seru merupakan sebuah tanda yang menyerukan atau mengajak pada sesuatu hal dan memberikan intruksi yang kuat dan jelas. Sedangkan, bentuk percikan dalam dunia desain mengindikasikan sebuah aksi yang cepat, lugas dan penuh energi. Berikut analisis penulis terhadap elemen visual dan verbal pada tampilan logo *Nyenyès* Palembang, lihat tabel 2

Tabel 2. Proses Analisis Logo Nyenyès Palembang

Warna		Warna hitam adalah warna mati atau gelap, dan mampu menciptakan kontras dan bersifat netral.
		Warna kuning merupakan warna primer dan mampu memberikan energi, kegembiraan, ceria dan rasa optimisme.
Tipografi		<i>Nyenyès</i> merupakan kata yang dapat dipadankan dengan kata “cerewet”
		Palembang merupakan nama kota asal perusahaan ini didirikan.
		Kaos Kito Galo merupakan sebuah kalimat ajakan yang menggunakan bahasa asli Palembang
Bidang/ <i>shape</i>		Bidang segiempat ini yang gunakan pada tampilan logo <i>Nyenyès</i> Palembang, sehingga mampu membingkai secara tegas dan stabil elemen visual dan verbal di dalamnya.
Bentuk/ <i>form</i>		<i>Logogram</i> yang terdiri dari bentuk tanda seru dan percikan. Tanda seru merupakan sebuah tanda yang menyerukan atau mengajak pada sesuatu hal dan memberikan intruksi yang kuat dan jelas. Sedangkan, bentuk percikan dalam dunia desain mengindikasikan sebuah aksi yang cepat, lugas dan penuh energi.

(Sumber: Pengolahan Data Oleh Patriansah, 2025)

Kajian Fungsi dan Estetika Logo *Nyenyès* Palembang

Visualisasi logo adalah suatu gambar berupa unsur bentuk dan warna. Oleh karena sifat dari yang diwakili logo berbeda satu sama lain, maka logo memiliki bentuk yang berbeda meliputi bentuk fisik, warna, dan dimensi (Creativany & et, 2020, p. 65). Setiap elemen desain yang terdapat pada sebuah logo memiliki pesan atau makna di dalamnya, dengan tujuan untuk mempersuasi masyarakat luas. Kajian fungsi dan estetika pada logo *Nyenyès* Palembang bertujuan untuk melihat nilai efektifitas dan efesiensi logo *Nyenyès* Palembang terhadap target *audiens* atau masyarakat

pendukungnya.

Proses kajian dimulai dengan membahas fungsi logo *Nyenyès* Palembang. Fungsi logo harus memiliki nilai efektifitas dalam mewakili nilai dan karakter perusahaan, serta mampu menggambarkan visi dan misi perusahaan. Selanjutnya, sebuah logo harus mudah dikenali sebagai penguat *brand awarness*, jika terpenuhi maka fungsi desain berjalan dengan baik. Fungsi logo harus memiliki skalabilitas yakni bisa terlihat jelas saat diperbesar ataupun diperkecil. Di samping itu, format file logo juga menjadi bagian terpenting, untuk memudahkan pengaplikasiannya di berbagai media digital dan cetak.

Logo memiliki fungsi visual, ketika mampu

merepresentasikan suatu identitas perusahaan. Nilai fungsi ini dapat dilihat dari seberapa menarik logo tersebut dalam mempersuasi masyarakat dan mudah diingat. Maka dari itu, diperlukan suatu kajian estetika yang mengupas secara detail terkait prinsip-prinsip desain yang digunakan dalam perancangan sebuah logo meliputi prinsip *simplicity*, *timeless*, *balance*/keseimbangan, proporsional dan relevan. Prinsip *simplicity* / kesederhanaan dapat dilihat dari kejelasan dan mudah diingat oleh target *audiens*, serta memiliki fleksibilitas di berbagai media. Prinsip *timeless* dalam sebuah logo memiliki sifat abadi dan tidak hilang dimakan zaman dengan cara menghindari *trend* desain yang bersifat *contemporary*/ kekinian.

Prinsip keseimbangan pada logo mampu memberikan daya tarik karena elemen-elemen desain logo disusun berdasarkan prinsip penyusunan seperti selaras, kontras, dan harmonis. Selanjutnya, prinsip proporsional sebuah logo harus memiliki ukuran, bentuk dan penempatan yang proporsional dengan mempertimbangkan keseimbangan, kontras, dan perpaduan elemen-elemen desain lainnya. Hal terakhir dalam kajian estetika sebuah logo adalah relevansi sebuah logo terhadap lingkungannya, artinya sebuah logo memiliki bentuk, simbol, dan warna yang relevan dengan sektor bisnis atau nilai yang perusahaan/organisasi yang diwakili. Untuk melihat lebih jelas kajian fungsi dan estetika logo Nyenyès Palembang, lihat tabel 3.

Tabel 3. Kajian Fungsi dan Estetika Logo Nyenyès Palembang



Kajian Fungsi	Kajian Estetika
Secara fungsi, logo Nyenyès Palembang memiliki nilai efektifitas dalam mewakili nilai dan karakter perusahaan, serta mampu menggambarkan visi dan misi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan elemen-elemen visual di dalamnya seperti garis, warna, bidang dan tipografi.	Prinsip <i>simplicity</i> / kesederhanaan pada logo Nyenyès Palembang sudah terpenuhi, hal ini dapat dilihat dari kejelasan logo sehingga mudah diingat oleh target <i>audiens</i> , serta memiliki fleksibilitas di berbagai media.
Secara <i>brand awarness</i> , identitas visual logo Nyenyès Palembang sudah terpenuhi, sehingga mudah dikenal. Hal ini dapat dilihat dari pemilihan kata “Nyenyès” dan slogan “Kaos Kito Galo”, dengan ciri khas tersebut konsumen mampu mengenali bahwa kaos ini merupakan kaos asli dari kota Palembang dan sangat mudah membedakannya dengan kompetitor lainnya.	Logo Nyenyès Palembang memiliki prinsip <i>timeless</i> artinya logo ini dibuat sesuai dengan kaedah ilmu desain dan estetika, hal ini dapat dilihat dari pemilihan kata dan kalimat serta bentuk yang disajikan. Sehingga, logo ini mampu bertahan dan tidak hilang dimakan zaman.
Secara skalabilitas, logo Nyenyès Palembang cukup jelas dan terbaca dalam berbagai ukuran kecil seperti brosur dan <i>favicon</i> atau dalam ukuran besar seperti baleho dan papan iklan.	Prinsip keseimbangan pada logo Nyenyès Palembang mampu memberikan daya tarik karena elemen-elemen desain logo disusun berdasarkan prinsip penyusunan seperti selaras, kontras, dan harmonis
Fungsi visual logo Nyenyès Palembang sudah mampu merepresentasikan identitas perusahaan, sehingga mampu mempersuasi	Berdasarkan prinsip keseimbangan maka logo Nyenyès Palembang terlihat proporsional. Hal ini dapat dilihat pada

dan mensugestik khalayak ramai.	aspek bentuk dan penempatan yang proporsional dengan mempertimbangkan keseimbangan, kontras, dan perpaduan elemen-elemen desain lainnya. semua elemen-elemen desain tersebut disusun berdasarkan prinsip-prinsip penyusunan yang baik. Berdasarkan prinsip <i>simplicity</i>, <i>timeless</i>, keseimbangan, dan proporsional maka logo <i>Nyenyas</i> Palembang ini memiliki relevansi terhadap budaya dan lingkungannya karena memiliki bentuk, simbol, dan warna yang relevan dengan budaya masyarakat Palembang.
---------------------------------	--

(Sumber: Pengolahan Data Oleh Patriansah, 2025)

Hasil kajian fungsi dan estetika pada tabel 3 di atas, secara keseluruhan dapat ditarik benang merah bahwa logo *Nyenyas* Palembang dibuat dan dirancang dengan menerapkan prinsip-prinsip desain secara menyeluruh, mulai dari *simplicity*, *timeless*, keseimbangan, proporsional dan relevansi terhadap budaya masyarakat kota Palembang. hal ini tidak terlepas dari pemiliha elemen-elemen visual di dalamnya seperti bentuk tanda seru, penilihan kata dan kalimat yang menjadi siri khas dan daya tarik dari desain logo ini. Sehingga, mampu mensugesti sebagai upaya mempersuasi target *audiens* dan khalayak ramai.

Data yang mendukung pernyataan penulis tersebut dapat dilihat dari hasil data kusioner yang penulis kumpulkan sebagai penguat proses analisis yang dilakukan. Total dari 50 koresponden yang mengisi kusioner yang penulis sebarakan melalui *google form*. Kebanyakan dari merekea merupakan mahasiswa dari Universitas Indo Global Mandiri Palembang yang berusia sekitar 19 sampai dengan

25 tahun. Hal ini penulis lakukan karena sesuai dengan target dari produk Kaos *Nyenyas* Palembang yang memproduksi baju untuk kalangan remaja atau anak muda. Sebagian besar dari mereka cukup mengapresiasi tampilan logo *Nyenyas* Palembang, terutama dari elemen tipografi dengan memilih kata yang cukup familiar di masyarakat kota Palembang yakni “*Nyenyas*”. Kata *Nyenyas* di sini cukup unik dan menarik baik secara budaya dan juga linguistik.

Dari segi identitas perusahaan melalui produk-produk yang dihasilkan kata *Nyenyas* tersebut menjadi sangat menarik, sehingga mereka mudah mengetahui dan mengenal produk dari kaos *Nyenyas*. Maksud dan tujuan dari penggunaan kata *Nyenyas* yang lebih kepada bahasa yang digunakan sehari-hari oleh masyarakat kota palembang pada konteks *berkelakar* (bercanda). Hal ini dapat dilihat dari banyaknya anak muda Kota Palembang yang menggunakan produk dari Kaos *Nyenyas* Palembang ini. untuk lebih jelas lihat tabel 4.

Tabel 3. Presentase Data Kusioner

No	Item Pertanyaan	Jumlah Kusioner	Setuju	Tidak setuju	Persentase (%)
1	Secara tampilan visual, apakah desain logo <i>Nyenyas</i> Palembang sudah menarik ?	50	12	38	76%
2	Apakah logo <i>Nyenyas</i> Palembang sudah sesuai dengan prinsip desain logo yang <i>simple</i> atau sederhana, proporsional, <i>timeless</i> dan relevan ?	50	13	37	74%

No	Item Pertanyaan	Jumlah Kusioner	Setuju	Tidak setuju	Persentase (%)
3	Apakah desain logo Nyenyek Palembang sudah mampu merepresentasikan budaya kota Palembang ?	50	10	40	80%
4	Secara <i>brand awarness</i> , apakah identitas visual logo Nyenyek Palembang sudah terpenuhi, sehingga mudah dikenal ?	50	15	35	70%

(Sumber: Pengolahan Data Oleh Patriansah, 2025)

SIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yakni bagaimana prinsip desain logo Nyenyek Palembang, ditinjau dari aspek fungsi dan estetika dengan pendekatan metode penelitian kualitatif mampu melihat dan menganalisis nilai fungsi dan estetika baik dari pesan visual dan verbal yang digunakan dan juga mampu mengukur daya tarik visual, keselarasan antara logo dan perusahaan, ciri khas atau keunikan dari logo Nyenyek Palembang ini. Secara tampilan visual logo memiliki kemampuan untuk mempersuasi dan mensugesti target *audiens* dan khalayak ramai.

Riset penelitian ini dimulai dari tahapan deskripsi terhadap elemen-elemen desain, dilanjutkan dengan proses analisis untuk melihat relasi yang dibangun antara elemen visual dengan realitas sebenarnya dan dilanjutkan dengan kajian fungsi dan estetika terhadap prinsip-prinsip desain yang terdapat pada logo Nyenyek Palembang ini. Berdasarkan hasil riset yang terukur dan sistematis mampu dijadikan landasan untuk menarik kesimpulan bahwa secara tampilan visual logo Nyenyek Palembang sudah menerapkan prinsip-prinsip desain secara menyeluruh, mulai dari *simplicity*, *timeless*, keseimbangan, proporsional dan relevansi terhadap budaya masyarakat kota Palembang. Hasil analisis tersebut diperkuat dengan data kusioner yang penulis kumpulkan, total dari 50 korespondensi lebih dari 70% menyatakan bahwa logo Nyenyek Palembang sebagai identitas visual sudah menarik, efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan kepada target *audiens*.

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan, pedoman dan tolak ukur bagi pihak terkait untuk merancang identitas visual logo sebuah perusahaan, dengan mempertimbangkan nilai fungsi dan estetika sebuah desain, hal ini dapat dilihat dari prinsip-prinsip desain mulai dari *simplicity*, *timeless*, keseimbangan, proporsional dan relevansi terhadap budaya lokal. Sehingga logo yang dihasilkan memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri dengan pesaing atau kompetitor. Kajian terhadap desain logo Nyenyek Palembang cukup menarik ditinjau atau dikaji dengan pendekatan disiplin ilmu lainnya seperti semiotika, psikologi komunikasi, *linguistic*, antropologi budaya, sosiologi budaya dan lain sebagainya. Dengan adanya berbagai pendekatan disiplin ilmu yang beragam mampu menambah pengetahuan terkait identitas visual logo Nyenyek Palembang.

REFERENSI

- Creativany, M. A., & et, al. (2020). Kajian estetika, fungsi dan makna logo sukla satyagraha di denpasar. *PRABANGKARA Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 24(2), 64–72. <https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/prabangkara/article/view/1216/561>
- Ernawati, Y., & Zahara, D. A. (2024). Ragam dan Fungsi Plesetan pada Jenama Kaos Nyenyek di Palembang. *BLAZE: Jurnal Bahasa Dan Sastra Dalam Pendidikan Linguistik Dan Pengembangan*, 2(3), 217–228.
- Jeremiah, S. E. (2024). Perancangan Logo Dolan Malang Tour dan Travel Sebagai Media. *Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(September), 121–130.

<https://doi.org/https://doi.org/10.33005/gestalt.v6i2.238>

Publishing Service.

Zahara, D. A. (2023). *Analisis Pelesetan Pada Produk Kaos Nyenyet Di Kota Palembang*. Palembang: Universitas Bina Darma.

Kusrianto, A. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (R. W. Rosari (ed.); edisi kedua). Penerbit Andi.

Mariato, M. D. (2011). *Menempa Quanta Mengurai Seni* (pertama). ISI Yogyakarta.

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Kualitatif Sasial (37th ed.)*. Remaja Rosdakarya.

Olins, W. (2003). *On Brand*. Thames & Hudson.

Patriansah, M., & Gion, K. (2023). Analisis Prinsip Desain Logo PAL TV Dalam Perspektif Budaya Digital. *SASAK: DESAIN VISUAL DAN KOMUNIKASI*, 5(2), 93–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.30812/sasak.v5i2.3435>

Patriansah, M., Nurhawa, A., & Kuncoro, M. S. A. (2024). Peirce's Semiotic Analysis Of The New Halal Indonesia Logo. *Ekspresi Seni: Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Karya Seni Available*, 26(2), 257–274. <https://doi.org/10.26887/ekspresi.v26i1.4104>

Patriansah, M., & Wijaya, R. S. (2021). Analisis Tanda Dalam Karya Seni Grafis Reza Sastra Wijaya Kajian Semiotika Peirce. *Jurnal Rupa*, 6(1), 34. <https://doi.org/10.25124/rupa.v6i1.3737>

Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, S. (2019). *Warna, Buku 1* (1st ed.). PT Lintas Kreasi Imaji.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (1st ed.). Alfabeta.

Sukendra, I. K., & Atmaja, I. K. S. (2020). Instrumen Penelitian. In T. Fiktorius (Ed.), <https://repo.mahadewa.ac.id/id/eprint/1742/> (1st ed.). Mahameru Press. <https://repo.mahadewa.ac.id/id/eprint/1742/>

Sumselupdate.com. (2016). *Yoki Produksi Ribuan Kaos Nyenyet Tiap Bulan*. Sumselupdate.Com.

Tinarbuko, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual, Penanda Zaman Masyarakat Global* (Hasnul Arifin (ed.); 1st ed.). Center for Academic