

# Logo Event Peduli Kesehatan Mental “Berjuang Melawan Depresi”

<sup>1</sup>Siti Mardiah, <sup>2</sup>Huddiansyah

<sup>1,2</sup>Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Universitas Esa Unggul  
[mardiahoreki@student.esaunggul.ac.id](mailto:mardiahoreki@student.esaunggul.ac.id)

**Abstrak**— Event merupakan salah satu cara memperingati Hari Kesehatan Mental Dunia pada 10 Oktober kepada masyarakat. Maka dari itu salah satu persiapan event diperlukan sebuah logo sebagai identitas visual dari makna yang ingin disampaikan. Perancangan logo menggunakan model 5 tahap Robin Landa yakni Orientasi, Analisis dan Strategi, Konsep Perancangan, Pengembangan dan Implementasi Desain. Hasil perancangan adalah Graphic Standar Manual Logo Event Peduli Kesehatan Mental dengan tema “Berjuang Melawan Depresi.” Logo event berbentuk daun semanggi berhelai empat bermakna keberuntungan dan harapan. Warna logo menerapkan warna netral yang menenangkan, tidak terlalu pekat dan tidak terlalu pucat. Warna merah muda pada kelopak love bermakna kasih sayang, warna biru pada kelopak air mata bermakna percaya diri, Warna merah pada outline love bermakna berani, dan setengah kelopak love dan air mata bermakna emosi yang tidak stabil. Font yang digunakan terdiri dari logofont menggunakan font Manic Depressive karya SpideRaYsfoNTS, slogan event menggunakan font Heal The World karya Thomas Aradea, dan copywriter menggunakan Acumin Font Family. Perancangan Logo Event Peduli Kesehatan Mental “Berjuang Melawan Depresi” tersebut memiliki makna meningkatkan kepedulian terhadap kesehatan mental.

**Kata kunci:** Logo, Event, Perancangan

## I. PENDAHULUAN

Bagi manusia kesehatan merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi. Adapun kesehatan manusia terdiri dari kesehatan fisik dan kesehatan mental. Dua hal tersebut harus diseimbangkan kesehatannya untuk keberlangsungan hidup yang lebih baik. Jika manusia mengabaikan salah satu diantara keduanya maka akan mengganggu produktivitas kegiatan sehari-hari hingga mengakibatkan kematian.

Kegiatan yang dapat diupayakan untuk meningkatkan kepedulian terhadap kesehatan mental tersebut salah satunya dengan menyelenggarakan event

peringatan Hari Kesehatan Mental Dunia pada tanggal 10 Oktober di Indonesia. Sebuah identitas visual sangat diperlukan pada setiap kegiatan event untuk menyebarkan pesan yang ingin disampaikan kepada para pengunjung.

Menurut Teguh Imanto (2020) Event adalah suatu agenda, kegiatan atau festival tertentu yang menunjukkan, menampilkan dan merayakan untuk memperingati hal-hal penting yang diselenggarakan pada waktu tertentu dengan tujuan mengkomunikasikan pesan-pesan kepada pengunjung.

Logo dalam kegiatan event digunakan sebagai lambang atau simbol khusus yang mewakili pesan yang ingin disampaikan. Sebuah logo bisa berupa nama, lambang atau elemen grafis lain yang ditampilkan secara visual, sebuah logo diciptakan sebagai identitas agar unik dan mudah dibedakan dengan event serupa yang diselenggarakan kompetitor di tempat lain (Imanto. T, 2020).

Warna pada logo dan penerapan media event menggunakan warna netral yang menenangkan, tidak terlalu tajam dan tidak terlalu pucat. Warna menjadi bentuk komunikasi non verbal, sehingga bisa mengungkapkan pesan secara instan dan lebih bermakna (Pertiwi, R. 2021)

Maka dari itu, Perancangan Logo Event Peduli Kesehatan Mental “Berjuang Melawan Depresi” memerlukan *Graphic Standart Manual* yang berisi aturan mengaplikasikan logo, warna, tipografi, sampai impelentasi media event yang digunakan.

## II. METODE PENELITIAN

### A. 5 Step of Design

Perancangan Logo Event Peduli Kesehatan Mental “Berjuang Melawan

Depresi” menggunakan metode *5 step of design* oleh Robin Landa (2011:77-95) yaitu:

#### 1. Orientasi

Pada tahap ini penulis mengumpulkan data wawancara dan data studi pustaka. Data wawancara diperoleh dari satu orang psikolog yaitu Sharon Mailangkay selaku *Founder* ARMY Help Center Indonesia atau AHC Indonesia, satu orang penderita depresi ringan yang sedang melakukan terapi yang tidak bisa disebutkan namanya, dan mengikuti webinar kesehatan mental yang diselenggarakan AHC Indonesia. Sedangkan data studi pustaka diperoleh buku maupun online yang berkaitan dengan tema dan objek perancangan.

#### 2. Analisis dan Strategi

Melakukan analisis data dari wawancara ke dalam bentuk *desain brief* untuk kebutuhan desain logo, kemudian merancang strategi dari hasil keikutsertaan webinar untuk merancang media promosi.

#### 3. Konsep Perancangan

Pembentukan konsep terdiri dari empat tahap yaitu tahap pra-produksi untuk menemukan ide dasar dari data wawancara dan studi pustaka yang dikumpulkan, tahap produksi untuk merancang konsep logo dan media event,

tahap proses cetak untuk mencetak media event setelah melewati tahap verifikasi, dan pasca produksi untuk mengevaluasi dan menguji konsep.

#### **4. Pengembangan Desain**

Konsep yang telah dirancang kemudian dikembangkan ke dalam tiga tahap yaitu *brainstroming* event mulai dari membuat sketsa logo, asistensi logo, membuat sketsa elemen visual ilustrasi, mendesain media event, menyusun GSM, dan komprehensif.

#### **5. Implementasi**

Hasil desain dipersiapkan dengan rapi untuk dieksekusi ke dalam bentuk yang dipilih baik digital, cetak, atau lingkungan dengan hasil akhir yaitu mencetak media promosi, *stationery*, *merchandise*, dan melakukan pameran tugas akhir.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Konsep Perancangan**

##### **1. Konsep Media**

Media utama yang digunakan adalah *Graphic Standart Manual*. Sedangkan media pendukungnya berupa Media Promosi, *Stationery*, dan *Merchandise*. Media Promosi yaitu Poster dan X-Banner. Media *Stationery* yaitu Kartu Nama, Kartu

Bisnis, Kop Surat, dan Amplop. Media *Merchandise* yang dapat dibagikan secara gratis yaitu Kaos, Pin, Gantungan Kunci, dan Kalender.

##### **2. Konsep *Graphic Standart Manual***

*Graphic Standart Manual* dicetak ukuran A4 disusun membentuk buku. Daftar isi dalam perancangan buku *Graphic Standart Manual* terdiri dari Pengenalan Logo, Sistem Identitas, Sistem Desain, Implementasi Media Publikasi, Implementasi *Stationery*, dan Impelementasi *Merchandise*.

##### **3. Konsep Visual**

Elemen Visual terdiri dari ilustrasi tumbuhan aroma terapi, hewan dan terapi psikolog *Butterfly Hug* dengan gaya desain *Art Nouveau*. Tumbuhan aroma terapi tersebut adalah bunga lavender, mawar, dan melati. Hewan yang dimaksud adalah kupu-kupu sebagai presentasi dari kata *Butterfly Hug*. Sedangkan terapi psikologi *Butterfly Hug* adalah memeluk diri sendiri untuk menjaga kestabilan emosi dan menenangkan diri sendiri. Gaya Desain *Art Nouveau* adalah menonjolkan kekuatan garis dan motif tumbuhan serta figure wajah seorang gadis dalam setiap rancangan desainnya.

#### 4. Konsep Tipografi

*Logotype* menggunakan *font* Manic Depressive karya SpideRaYsfoNtS, Slogan Event menggunakan *font* Heal The World karya Thomas Aradea, dan *copywriter* menggunakan *font* Acumin Font Family karya Robert Slimbach.

#### 5. Konsep Warna

Konsep warna menggunakan warna netral, tanpa gradasi, dan menenangkan. Warna logo terdiri dari merah muda bermakna kasih sayang, biru bermakna percaya diri, dan merah bermakna berani. Warna media promosi terdiri dari abu-abu sebagai warna latar belakang, hitam sebagai warna *copywriter*, dan putih sebagai warna alternatif. Warna Ilustrasi Visual menerapkan satu warna dasar atau warna *flat*.

#### 6. Konsep Semiotika

Konsep Semiotika diterapkan ketika logo dibuat satu warna pada latar belakang yang bertabrakan dengan warna-warna logo. Tujuan dari penerapan konsep semiotika pada logo adalah ketika logo dibuat ukuran kecil dapat dilihat dari jarak dekat maupun jarak jauh.

#### 7. Konsep Logo Utama

Pada logo event peduli kesehatan terdiri dari *logogram* dan *logotype*. *Logogram* terinspirasi dari daun semanggi berhelai empat yang setiap helainya memiliki arti yang berbeda dengan satu keseluruhan makna yaitu keberuntungan. Sama seperti bentuk inspirasinya, *logogram* event peduli kesehatan mental memiliki arti keseluruhan keberuntungan dan harapan dengan setiap helainya memiliki arti yaitu helai *love* mewakili cinta dengan warna merah muda bermakna kasih sayang, helai setengah *love* dan air mata mewakili emosi manusia dengan warna merah muda dan biru bermakna ketidakstabilan, helai air mata mewakili kesedihan dengan warna biru bermakna percaya diri, dan *outline love* mewakili kehampaan hati dengan warna *outline* merah bermakna berani. *Logotype* berbentuk coretan menyerupai huruf memvisualisasikan emosi orang depresi yang berantakan dan pikiran negatif.

#### 8. Konsep Slogan

Slogan event terdiri dari slogan utama dan slogan pendukung dengan menggunakan *font* yang sama. Slogan utama yaitu #PeduliKesehatanMental. Sedangkan slogan pendukung yaitu kata-kata motivasi mencintai diri sendiri dan mengingat pentingnya kesehatan mental.

## B. Implementasi

### 1. Graphic Standard Manual

Penetapan *Graphic Standard Manual* atau Identitas Visual dilakukan berdasarkan ketentuan dari penyusunan identitas korporat (Fauzi, M. 2012). *Graphic Standard Manual* berisi tentang aturan logo, warna, *layout*, tipografi, elemen grafis, gambar, dan contoh implementasi media desain yang diterapkan dengan mengikuti aturan yang telah ditentukan sebelumnya.



Gambar 1 *Graphic Standard Manual*

### 2. Poster



Gambar 2 Poster

### 3. X-Banner



Gambar 3 X-Banner

### 4. Kartu Nama



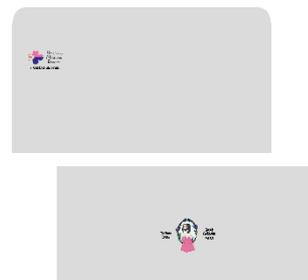
Gambar 4 Kartu Nama

### 5. Kartu Bisnis



Gambar 5 Kartu Bisnis

### 6. Amplop



Gambar 6 Amplop

## 7. Kop Surat



Gambar 7 Kop Surat

## 8. Kaos



Gambar 8 Kaos

## 9. Pin



Gambar 9 Pin

## 10. Gantungan Kunci



Gambar 10 Gantungan Kunci

## 11. Kalender



Gambar 11 Kalender

## IV. KESIMPULAN

Dari hasil proses perancangan yang didapatkan, dapat diketahui bahwa logo sangat diperlukan pada setiap kegiatan event sebagai identitas visual dari makna yang ingin disampaikan. Identitas Visual Event Peduli Kesehatan Mental bertema 'Berjuang Melawan Depresi' memiliki konsep warna netral dan menenangkan. Logo event berbentuk daun semanggi berhelai empat memiliki arti keberuntungan, harapan, dan kasih sayang. Sedangkan gambar ilustrasi event merupakan visual dari menenangkan diri dan kestabilkan emosi.

Sebuah identitas visual memerlukan *Graphic Standard Manual* sebagai panduan yang berisi ketentuan logo supaya tetap terjaga bentuk keasliannya tanpa mengubah bentuk dari makna logo. *Graphic Standard Manual* berisi tentang logo, warna, *layout*, tipografi, elemen

grafis, gambar, dan contoh implementasi media desain.

Diharapkan dengan perancangan identitas visual logo dapat mengingatkan semua orang, khususnya masyarakat Indonesia untuk peduli kepada kesehatan mental baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Dalam merancang logo, perancang menyarankan sebelum memulai proses pengembangan konsep logo sebaiknya mencari banyak informasi tentang filosofi makna dan membuatnya menjadi bentuk logo sederhana.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusun tugas akhir ini mengucapkan terima kasih atas dukungan dari berbagai pihak terutama kepada Sharon Mailangkay sebagai Founder dari BTS ARMY Help Center yang telah bersedia diwawancarai untuk mengumpulkan informasi tentang kondisi kesehatan mental di Indonesia.

Terima kasih juga kepada Pak Huddiansyah, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing yang telah memberi banyak kritik dan saran selama masa penyusunan tugas akhir. Tidak lupa juga kepada Pak Tri Wahyudi, S.Sn., M.Ds. dan Pak Nuryadi, S.Son., M.I.kom. selaku dosen penguji saat sidang tugas akhir.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua dosen Desain Komunikasi

Visual Universitas Esa Unggul, keluarga, teman dekat, dan idol yang telah memberikan energi semangat sehingga penulis terus bersemangat dalam menyelesaikan tugas akhir tepat waktu.

## DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Dosen Desain Komunikasi Visual,  
Universitas Esa Unggul:

Aurellia, S., & Marwan, R. H. (2022). Pengaplikasian Gaya Art Deco dalam Ilustrasi Digital pada Buku Minuman Tisane Bunga “Khasiat Kesehatan Minuman Seduhan dari Bunga di Lingkungan Sekitar Kita”. *IMATYPE: Journal of Graphic Design Studies*, 1(1), 16-35. <http://dx.doi.org/10.37312/imatyp.e.v1i1.5215>

Damayantie, I., Pertiwi, R., & Nugroho, O. F.(2021). Peningkatan pengetahuan masyarakat tentang pemilihan warna pada pendekatan steam ditinjau dari psikologi desain. In *Seminar Nasional & Call Of Papers Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(01), 58-63. <https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASLPPM/article/view/86/92>

Fuad, A., & Susanto, B. (2018). Penggunaan format bitmap dan

- vektor pada spanduk warung makan pedagang kaki lima. *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri Dan Arsitektur*, 6(1). 8-15.  
<http://ejurnal.polnes.ac.id/index.php/kreatif/article/view/31/22>
- Imanto, T. (2007). Film sebagai proses kreatif dalam bahasa gambar. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(1).  
<https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/35>
- Lucius, C. R., & Fuad, A. (2017). Coloring your information: How designers use Theory of Color in creative ways to present infographic. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 277, No. 1, p. 012044). IOP Publishing.  
<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/277/1/012044>
- Mustaqim, K. (2021). Kritik Estetis Post-Auratik Seni Mural. *MURAL, Menguak Narasi Visual dari Berbagai Perspektif Ilmu*, 79. Ideas Publishing
- Susanto, H., & Fauzi, M. (2012). Perancangan kembali identitas korporat untuk museum sejarah jakarta. In *Jurnal Inosains*, 7(1), 12-22.  
[https://www.academia.edu/28730644/Perancangan\\_Kembali\\_Identitas\\_Korporat\\_untuk\\_Museum\\_Sejarah\\_Jakarta?from=cover\\_page?](https://www.academia.edu/28730644/Perancangan_Kembali_Identitas_Korporat_untuk_Museum_Sejarah_Jakarta?from=cover_page?)
- Zahar, I. (2020). Penerapan Model Desain Lima Langkah dalam Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual: Evaluasi Kritis. In *VISUAL*, 15(2), 27-37,  
<http://dx.doi.org/10.24912/jurnal.v15i2.11091>
- Wahyudi, T. (2020). Seniman Mengajar Sebagai Metode Program Pendampingan Psikobudaya Masyarakat. *ARTCHIVE: Indonesia Journal of Visual Art and Design*, 1(1), 59-71.  
<http://dx.doi.org/10.53666/artchive.v1i1.1563>
- Widyastuti, P. A., Pertiwi, R., & Huddiansyah, H. (2021). Development of characteristic motifs on printing masks as promotional media for visual campaign in product design study program, esa unggul university. *Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(2), 101-114.  
<https://doi.org/10.33005/gestalt.v3i2.96>
- Studi Pustaka dari Buku yang Berkaitan Dengan Tema Perancangan.

- Feldman, R. S. (2012). *Pengantar Psikologi: Understanding Psychology* (8th ed., Vol.2). Jakarta: Salemba Humanika.
- Woorck, Studio. (2022). *Pedoman Identitas Visual 77 Tahun Kemerdekaan Indonesia*. Jakarta: Kemensetneg-kemenparekraf-ADGI
- Indrayani, Y. A & Wahyudi, T. (2019). *Situasi Kesehatan Jiwa di Indonesia*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.