

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya

Dalam era digital saat ini, kebutuhan akan identitas visual semakin penting bagi berbagai organisasi, baik institusi formal, usaha mikro, maupun komunitas. Kemajuan teknologi dan pesatnya perkembangan media sosial telah mendorong setiap entitas untuk tampil lebih atraktif secara visual demi mendapatkan perhatian audiens. Menurut Agustina (2021), era industri 4.0 menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi pelaku usaha dan komunitas untuk mengoptimalkan teknologi dalam mendukung strategi pemasaran dan penguatan merek. Dalam konteks ini, desain visual seperti logo menjadi alat penting dalam menyampaikan pesan, nilai, serta identitas sebuah entitas kepada publik secara efektif dan efisien melalui platform digital. Salah satu unsur paling penting dalam identitas visual adalah logo, yang tidak hanya berfungsi sebagai simbol pengenalan, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mampu mencerminkan visi, misi, nilai, dan karakter dari sebuah organisasi atau komunitas. Komunitas JLFR (*Jogja Last Friday Ride*), sebagai komunitas sepeda yang rutin mengadakan kegiatan sosial dan olahraga setiap Jumat terakhir setiap bulan di Yogyakarta, belum memiliki logo resmi yang dapat merepresentasikan semangat dan identitas komunitas secara visual dan konsisten. Padahal, dalam era komunikasi digital, sebuah logo yang kuat dapat memperkuat keberadaan komunitas dalam ruang maya sekaligus meningkatkan daya tarik terhadap publik.

JLFR adalah komunitas sepeda yang didirikan pada 2010 dan masih aktif hingga kini di kota Yogyakarta, komunitas ini mengadakan kegiatan bersepeda bersama yang diadakan pada Jumat terakhir setiap bulannya. Kegiatan yang dilakukan tidak hanya sekedar menjadi ajang olahraga, namun juga menjadi ruang sosial, edukatif, dan promosi gaya hidup sehat serta ramah lingkungan. Seiring berkembangnya komunitas tersebut maka semakin luas juga jangkauan partisipan dan kebutuhan akan identitas visual komunitas tersebut. Tanpa adanya logo yang

menandakan komunitas tersebut, JLFR memiliki resiko kehilangan peluang untuk membentuk kesan profesional, serta memperkuat eksistensi di ruang publik dan media sosial.

Komunitas JLFR memiliki potensi besar sebagai wadah berkumpulnya para pecinta sepeda dari berbagai latar belakang usia, profesi, dan gaya hidup. Kegiatan JLFR tidak hanya berfokus pada bersepeda sebagai olahraga, tetapi juga membawa nilai-nilai sosial, solidaritas, dan budaya urban Yogyakarta. Namun, sejauh ini komunitas tersebut belum memiliki visual branding yang mampu membedakan komunitas ini dari komunitas lainnya, baik di media sosial, event publik, maupun dalam penggunaan atribut komunitas. Padahal, sebagaimana disampaikan oleh Rahardian (2023), visual branding melalui logo dan identitas visual lainnya sangat penting untuk membangun citra usaha atau komunitas, meningkatkan daya tarik, dan memberikan kesan profesional yang dapat menambah kepercayaan publik. Logo yang dirancang dengan baik dapat memperkuat daya tarik poster acara, merchandise komunitas (seperti topi, gantungan kunci, mini flag, celana bersepeda, stiker, kaos, dan tumbler), hingga branding media sosial. Identitas visual yang kuat memungkinkan komunitas tersebut untuk memperluas jejaring dan mendapatkan perhatian dari pihak eksternal seperti media, pemerintah daerah, maupun pihak sponsor. Dalam jangka panjang, keberadaan logo ini dapat berkontribusi dalam penguatan posisi JLFR sebagai komunitas yang aktif dan profesional dalam setiap aktivitasnya.

Pentingnya logo dalam komunitas Logo merupakan simbol visual yang berperan sebagai identitas utama komunitas. Melalui logo, komunitas mampu menciptakan pengakuan yang kuat di antara anggota dan publik. Menurut penelitian Debio (2024), *"in a community, logo serves as important function to distinguish one community from another"*. Dengan adanya logo, komunitas menjadi lebih mudah dikenal dan memiliki identitas visual yang khas. Logo berfungsi sebagai wajah dari komunitas, mencerminkan nilai, karakter, dan semangat yang diusung bersama. Logo yang dirancang secara matang tidak hanya memudahkan pengenalan, tetapi juga memperkuat solidaritas internal dan mempertinggi kebanggaan anggota terhadap komunitas. Logo menjadi pintu masuk visual yang

menyampaikan esensi komunitas secara intuitif. Konsistensi penggunaan logo juga penting dalam membangun brand awareness dan loyalitas. Penelitian menunjukkan bahwa logo yang konsisten dan mudah diingat dapat memperkuat hubungan emosional antaranggota dan audiens eksternal, serta mempercepat pengambilan keputusan ketika publik menghadapi pilihan terkait komunitas tersebut.

Logo memiliki peran penting dalam komunitas sebagai identitas visual yang mampu mewakili nilai, semangat, serta karakter dari komunitas tersebut secara konsisten. Dalam konteks komunitas JLFR (*Jogja Last Friday Ride*), logo bukan hanya berfungsi sebagai simbol pengenalan, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang memperkuat rasa kebersamaan dan kebanggaan antaranggota. Logo yang dirancang secara baik dapat meningkatkan visibilitas komunitas, membedakannya dari komunitas lain, serta memperkuat daya tarik di media sosial maupun kegiatan publik. Penelitian oleh Rudianto dan Herlina (2021) menunjukkan bahwa logo yang kuat dan aplikatif mampu menciptakan persepsi profesional dan meningkatkan kredibilitas suatu entitas di mata publik. Selain itu, menurut Rahardian (2023), identitas visual seperti logo juga memegang peranan strategis dalam membangun brand awareness, mendukung penyampaian pesan komunitas, serta memudahkan proses promosi baik melalui media digital maupun cetak seperti kaos, stiker, atau merchandise lainnya. Dengan demikian, logo menjadi elemen vital yang tidak hanya merepresentasikan citra komunitas ke luar, tetapi juga memperkuat koneksi emosional di dalamnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah, sebuah perancangan desain logo untuk JLFR dan bukan sekadar kebutuhan estetika, melainkan kebutuhan strategis untuk memperkuat identitas komunitas. Dengan logo yang representatif dan aplikatif, komunitas tersebut dapat membangun citra yang lebih profesional, konsisten, dan menarik di berbagai media. Proyek pembuatan desain ini juga akan melalui proses yang sistematis: mulai dari eksplorasi nilai-nilai komunitas, sketsa alternatif logo, hingga pemilihan warna, bentuk, dan tipografi yang sesuai. Harapannya, hasil dari proyek ini dapat menjadi fondasi bagi pengembangan elemen identitas visual lainnya di masa depan, seperti poster kegiatan, desain media sosial, hingga media promosi.

## 1.2 Manfaat Penciptaan Karya

1. Sebagai identitas visual resmi bagi komunitas JLFR yang dapat memperkuat citra dan membedakan dari komunitas lain, baik di media sosial maupun di kegiatan offline.
2. Meningkatkan daya tarik publik, karena logo yang kuat dan representatif dapat menarik perhatian audiens baru dan calon anggota komunitas.

## 1.3 Tujuan Penciptaan Karya

1. Untuk menciptakan logo yang representatif, aplikatif, dan konsisten yang dapat merepresentasikan identitas, semangat, dan karakter komunitas JLFR.
2. Untuk memberikan alat komunikasi visual yang kuat dan mudah dikenali oleh publik.

