

RELASI ANTARA PRINSIP VISUAL BARAT DAN FENGSHUI PADA DESAIN LOGO

Fenny Ng, Priyanto Sunarto, Naomi Haswanto

Institut Teknologi Bandung

ABSTRACT

Nowadays, the integrations between Western principles of visual art with principles of Feng Shui in logo designs can easily be found in Indonesia. Principles of Feng Shui, often called as Feng Sui or Hong Sui, is an ancient Chinese way of thinking that emphasize in environment organization. Principles of Feng Shui's four key points are to produce a positive Qi energy, to maintain stability among Yin and Yang, to produce a productive cycle Wu Xing (Five Elements), and to represent the symbolism from Chinese culture. The purpose of this research is to establish an understanding on the relationship between Western principles of visual art and principles of Feng Shui in logo designs, like the similarities on the way of reading logo as well as the differences. Logo designs were analyzed, described, and explained using Western principles of visual art and principles of Feng Shui's four key points into three sections, which are visual elements, logo composition, and logo interpretation. This research used the qualitative method with descriptive analysis. The data were collected through several methods, such as interviews and literature reviews. The four stages of analysis procedure are description, formal analysis, interpretation, and evaluation or judgement. Upon completion, there are three findings. First, the way of reading a logo design using the Western principles of visual art is simpler and straightforward than the principles of Feng Shui. Second, several relationships among the two principles were found in visual elements, logo composition, and logo interpretation. Third, the integrations between Western principles of visual art with principles of Feng Shui in a logo design represents its ideologies as well as the 'shield' to protect the company from any harm.

Keywords: logo design, principles of visual art, Western, principles of Feng Shui

1. Pendahuluan

Saat ini, keilmuan desain komunikasi visual telah mengalami penyesuaian seiring dengan perkembangan teknologi yang terus berevolusi. Ciri khas desain komunikasi visual yang menjadi sebuah perangkat komunikasi di zaman modern ini adalah penataan letak (*layout*) kata-kata dan gambar pada selembar halaman, sebuah layar, atau pada benda-benda di lingkungan sekitar manusia. Dalam berbagai komposisi, sebuah karya desain komunikasi visual dapat diibaratkan sebagai sebuah dongeng yang modern dan mencoba untuk menceritakan tentang keadaan dunia. Agar ide atau pesan pada sebuah karya desain dapat dikomunikasikan secara efektif, penataan unsur-unsur visual harus mampu bekerja sama dalam sebuah komposisi sehingga dapat saling melengkapi. Dalam penelitian ini, ide atau pesan yang dimaksud adalah desain logo yang kemudian ditelaah dengan menggunakan prinsip visual Barat dan *Feng Shui*.

Dalam persaingan ekonomi yang bersaing saat ini, sebuah logo merupakan satu kebutuhan yang wajib dimiliki oleh setiap perusahaan. Sebuah logo merupakan perpaduan antara unsur visual dan verbal yang berfungsi untuk mengidentifikasi, membedakan, dan membangun citra yang ditujukan kepada target pasar dari perusahaan tersebut. Visualisasi desain logo dapat terdiri dari berbagai bentuk dengan karakteristik yang unik, baik menggambarkan dari sesuatu yang harafiah ataupun simbolis.

Untuk membaca dan mengartikan desain logo, umumnya menggunakan prinsip visual Barat yang lebih populer. Dalam penelitian ini, sudut pandang lain yang digunakan adalah prinsip *Feng Shui* dan juga kerap disebut *Feng Sui* atau *Hong*

Sui. Dalam penelitian ini, istilah *Feng Shui* akan digunakan untuk menjaga konsistensi pengejaan karakter Cina dalam sistem *Pinyin*. Dalam Bahasa Indonesia, kata *Feng* secara harafiah berarti angin, sedangkan kata *Shui* berarti air.

Kemudian, mengacu dari pemaparan Lillian Too pada buku "Total Feng Shui" terhadap perkembangan *Feng Shui* saat ini. Bahwa seiring dengan perkembangan zaman, prinsip *Feng Shui* yang merupakan perwakilan dari keilmuan negara Cina dapat disetarakan dengan prinsip *Electromagnetic Spectrum* yang merupakan perwakilan dari keilmuan negara Barat. Kesamaan pada kedua prinsip di atas adalah penerapan pancaran cahaya yang digunakan untuk mendefinisikan lingkungan sekitarnya. Namun, prinsip *Feng Shui* masih sulit untuk dianalisis secara logis, walaupun aspek mistis telah ditiadakan dari praktik *Feng Shui* dan telah diterima sebagai ilmu penataan ruang dan lingkungan hidup. Hal tersebut muncul karena adanya ketentuan untuk melihat konsep alam semesta menggunakan kacamata budaya Cina.

Menurut sejarah, prinsip *Feng Shui* merupakan sebuah pemikiran yang berasal dari Cina klasik yang berkaitan dengan pola hidup masyarakatnya. Hal tersebut dipengaruhi oleh tiga ajaran filsafat Cina, yaitu Taoisme, Konfusianisme, dan Buddhisme. Selama berabad-abad prinsip *Feng Shui* dilarang untuk dipraktikkan oleh Kaisar Hong Wu. Kemudian, dalam periode Dinasti Qing terjadi perkembangan seni dan budaya Cina di masa pemerintahan Kaisar Qian Long yang berlangsung dari tahun 1735 hingga 1796. Secara bersamaan, prinsip *Feng Shui* diangkat kembali yang kemudian berkembang menjadi populer, baik di Cina maupun di negara lain. Penerapan prinsip *Feng Shui* dalam kehidupan sehari-hari,

1. Pendahuluan

Saat ini, keilmuan desain komunikasi visual telah mengalami penyesuaian seiring dengan perkembangan teknologi yang terus berevolusi. Ciri khas desain komunikasi visual yang menjadi sebuah perangkat komunikasi di zaman modern ini adalah penataan letak (*layout*) kata-kata dan gambar pada selembar halaman, sebuah layar, atau pada benda-benda di lingkungan sekitar manusia. Dalam berbagai komposisi, sebuah karya desain komunikasi visual dapat diibaratkan sebagai sebuah dongeng yang modern dan mencoba untuk menceritakan tentang keadaan dunia. Agar ide atau pesan pada sebuah karya desain dapat dikomunikasikan secara efektif, penataan unsur-unsur visual harus mampu bekerja sama dalam sebuah komposisi sehingga dapat saling melengkapi. Dalam penelitian ini, ide atau pesan yang dimaksud adalah desain logo yang kemudian ditelaah dengan menggunakan prinsip visual Barat dan *Feng Shui*.

Dalam persaingan ekonomi yang bersaing saat ini, sebuah logo merupakan satu kebutuhan yang wajib dimiliki oleh setiap perusahaan. Sebuah logo merupakan perpaduan antara unsur visual dan verbal yang berfungsi untuk mengidentifikasi, membedakan, dan membangun citra yang ditujukan kepada target pasar dari perusahaan tersebut. Visualisasi desain logo dapat terdiri dari berbagai bentuk dengan karakteristik yang unik, baik menggambarkan dari sesuatu yang harafiah ataupun simbolis.

Untuk membaca dan mengartikan desain logo, umumnya menggunakan prinsip visual Barat yang lebih populer. Dalam penelitian ini, sudut pandang lain yang digunakan adalah prinsip *Feng Shui* dan juga kerap disebut *Feng Sui* atau *Hong*

Sui. Dalam penelitian ini, istilah *Feng Shui* akan digunakan untuk menjaga konsistensi pengejaan karakter Cina dalam sistem *Pinyin*. Dalam Bahasa Indonesia, kata *Feng* secara harafiah berarti angin, sedangkan kata *Shui* berarti air.

Kemudian, mengacu dari pemaparan Lillian Too pada buku “Total Feng Shui” terhadap perkembangan *Feng Shui* saat ini. Bahwa seiring dengan perkembangan zaman, prinsip *Feng Shui* yang merupakan perwakilan dari keilmuan negara Cina dapat disetarakan dengan prinsip *Electromagnetic Spectrum* yang merupakan perwakilan dari keilmuan negara Barat. Kesamaan pada kedua prinsip di atas adalah penerapan pancaran cahaya yang digunakan untuk mendefinisikan lingkungan sekitarnya. Namun, prinsip *Feng Shui* masih sulit untuk dianalisis secara logis, walaupun aspek mistis telah ditiadakan dari praktik *Feng Shui* dan telah diterima sebagai ilmu penataan ruang dan lingkungan hidup. Hal tersebut muncul karena adanya ketentuan untuk melihat konsep alam semesta menggunakan kacamata budaya Cina.

Menurut sejarah, prinsip *Feng Shui* merupakan sebuah pemikiran yang berasal dari Cina klasik yang berkaitan dengan pola hidup masyarakatnya. Hal tersebut dipengaruhi oleh tiga ajaran filsafat Cina, yaitu Taoisme, Konfusianisme, dan Buddhisme. Selama berabad-abad prinsip *Feng Shui* dilarang untuk dipraktikkan oleh Kaisar Hong Wu. Kemudian, dalam periode Dinasti Qing terjadi perkembangan seni dan budaya Cina di masa pemerintahan Kaisar Qian Long yang berlangsung dari tahun 1735 hingga 1796. Secara bersamaan, prinsip *Feng Shui* diangkat kembali yang kemudian berkembang menjadi populer, baik di Cina maupun di negara lain. Penerapan prinsip *Feng Shui* dalam kehidupan sehari-hari,

secara kronologis dapat diurutkan dari penerapan di bidang *astrology, meteorology, agriculture, compass, lunar calendar, face reading, Chinese symbolism*, dan penerapan terakhir dari prinsip *Feng Shui* adalah desain logo. Penerapan prinsip *Feng Shui* dalam bidang *astrology* adalah membaca bintang-bintang, dalam bidang *meteorology* adalah dengan membaca fenomena alam. Dalam bidang *agriculture* berupa membaca waktu dan lingkungan hidup untuk bertani atau bercocok tanam, Selanjutnya adalah *compass* untuk membaca sebuah bidang, ruang, atau lokasi yang mengacu pada arah kompas, seperti arsitektur atau desain interior di rumah, kantor, atau lainnya. Kemudian penerapan pada *lunar calendar* untuk membaca waktu, seperti tanggal yang cocok untuk membuka usaha baru. *Face-reading* adalah untuk membaca raut wajah yang mencerminkan sifat orang tersebut.

Chinese symbolism sesuai prinsip *Feng Shui* berguna untuk membaca motif kebudayaan Cina, seperti naga atau bunga teratai, dan penerapan terakhir adalah logo design yang berguna untuk membaca visual dari identitas perusahaan. Dengan acuan pada unsur gambar (logo) dan huruf (*logotype* atau *typography*). Hasil penerapan prinsip *Feng Shui* yang benar dapat menciptakan aliran yang bermanfaat atau merugikan dari energi *Qi (Ch'i)*, energi *Yin* dan *Yang*, dan prinsip *Wu Xing* (Lima Unsur). Hasil tersebut, dalam tafsiran masyarakat Cina lebih umum dikenal sebagai keberuntungan atau kemalangan. Sesuai pemaparan di atas, salah satu penerapan prinsip *Feng Shui* yang ditemui saat ini di Indonesia terdapat pada desain logo.

Surianto Rustan mengutarakan beberapa hal yang menarik, sehingga menjadi bahan pertimbangan penelitian ini. Beliau merupakan seorang desainer grafis dan

seorang penulis dari tiga buah buku desain yang salah satunya berjudul “mendesain LOGO”. Beliau telah merancang beberapa desain logo perusahaan di Indonesia dengan prinsip *Feng Shui*. Namun validitas sumber yang menjadi acuan prinsip *Feng Shui* yang beredar selama ini masih dipertanyakan oleh beliau, baik acuan unsur visual maupun komposisinya untuk desain logo. Walaupun demikian, sebagai upaya untuk memenuhi permintaan pihak *client*, beliau menerapkan prinsip estetika Barat sebagai acuan yang mendukung proses perancangan sebuah desain logo berprinsip *Feng Shui*.

Jadi, alasan dilaksanakannya penelitian ini adalah mengacu validitas sumber prinsip *Feng Shui* dalam merancang logo dengan merujuk penggunaan prinsip visual Barat yang menjadi panduan masyarakat Indonesia pada umumnya. Hal tersebut berkaitan dengan kendala yang ditemui praktisi desain grafis saat merancang desain logo yang berprinsip *Feng Shui*.

2. Metode

Tabel 1 Rumusan Literatur (Sumber: Dok)

BARAT	FENG SHUI
<p>UNSUR VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garis • Bentuk • Bidang Positif-Negatif • Warna 	<p>UNSUR VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bentuk dari prinsip <i>Yin</i> dan <i>Yang</i> • Bentuk dari prinsip <i>Wu Xing</i> • Warna dari prinsip <i>Wu Xing</i> • Simbol budaya Cina
<p>KOMPOSISI LOGO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prinsip keseimbangan (<i>balance</i>) • Prinsip irama (<i>rhythm</i>) • Prinsip kesatuan (<i>unity</i>) 	<p>KOMPOSISI LOGO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prinsip <i>Yin</i> dan <i>Yang</i> yang seimbang • Aliran energi <i>Qi</i> yang positif • Siklus prinsip <i>Wu Xing</i> yang selaras • Simbol budaya Cina yang bermanfaat

Tabel 2 Rumusan Profil Perusahaan - Bahan Analisis (Sumber: Dok)

1		Hotel Mulia Hotel
2		Mal Pacific Place Jakarta
3		inar Mas Agri Bisnis, Kertas, Keuangan, Property



Gambar 1 Signature Hotel Mulia Senayan
 (Sumber No.1: www.mulialand.com, No.2A: www.hotelmulia.com,
 No. 2B: www.themulia.com, No.2C: www.taman-angrek-mall.com)

Metode penelitian kualitatif ini menggunakan model interpretasi deskriptif. Metode-metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan tinjauan literatur. Data wawancara terbagi menjadi dua kelompok. Wawancara pertama adalah wawancara langsung dengan praktisi *Feng Shui*. Wawancara direkam dengan cara dicatat

pada sebuah buku. Wawancara langsung ini bertujuan untuk mendapatkan data mengenai pandangan praktisi *Feng Shui* di kota Bandung mengenai penerapan prinsip *Feng Shui* pada logo perusahaan.

Wawancara kedua adalah wawancara tertulis dengan praktisi desain grafis Indonesia. Wawancara tertulis ini bertujuan untuk

memperoleh data mengenai pandangan dan pengalaman praktisi desain grafis Indonesia mengenai penerapan prinsip *Feng Shui* pada logo perusahaan.

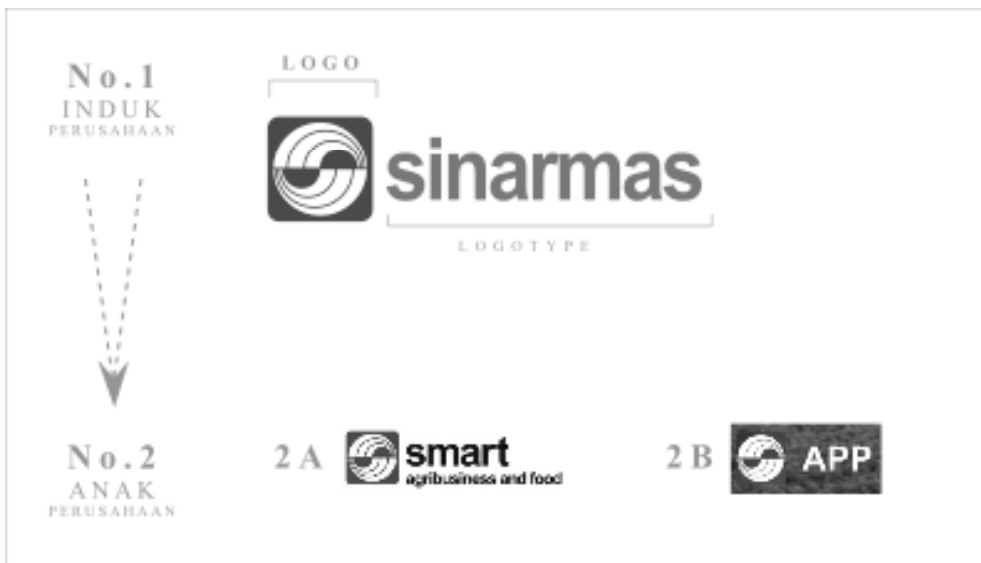
Data hasil review diperoleh; Pertama, dari buku atau *e-book*, seperti data-data mengenai desain logo, prinsip visual Barat, prinsip *Feng Shui*, dan kebudayaan Cina. Kedua, data dari situs (*online webpage*) adalah informasi perusahaan yang dipilih sebagai bahan analisis atau perusahaan yang merancang desain logo. seperti sejarah perusahaan, jenis jasa atau produk yang ditawarkan, logo perusahaan, dan laporan tahunan perusahaan (*annual report*).

Penelitian ini menggunakan metode analisis dari buku *Art as Image and Idea* (1967 : 470-498) yang diuraikan Edmund Burke Feldman dalam empat tahapan, yaitu deskripsi (*description*), *formal analysis*, interpretasi (*interpretation*), dan evaluasi (*evaluation*) atau penilaian (*judgment*). Tahap deskripsi adalah proses pendataan (*inventory*) atas

apa yang terlihat tanpa menarik sebuah kesimpulan. Tahap formal analisis adalah proses penyelidikan atas penyusunan atau pengaturan objek yang terlihat. Tahap interpretasi adalah proses perumusan untuk mengungkapkan makna dengan acuan pada data yang terkumpul dari dua langkah pertama. Tahap evaluasi atau *judgment* adalah proses penentuan tingkat estetika dari sebuah objek seni melalui penilaian yang relevan dan logis. Sebagai ringkasan literatur dan profil perusahaan yang menjadi acuan untuk analisis seperti dipaparkan pada tabel 1.

3. Pembahasan

Di sini, untuk menelaah relasi antara prinsip visual Barat dan Feng Shui dipilih tiga bahan analisis yakni: logo Hotel Mulia, Sinar Mas, dan Pacific Place Jakarta. Hotel Mulia Senayan merupakan salah satu anak perusahaan dari Mulia Group. Logo Hotel Mulia Senayan mencerminkan ciri khas logo induk perusahaannya. Maka logo Hotel Mulia Senayan termasuk jenis logo *endorsed*



Gambar 2 Signature Sinar Mas
(Sumber: No.1: www.sinarmas.com, No.2A: www.smart-tbk.com,
No. 2B: www.asiapulppaper.com)



Gambar 3 Signature Pacific Place Jakarta
 (Sumber: No.1: www.scbd.com, No.2: www.pacificplace.co.id)




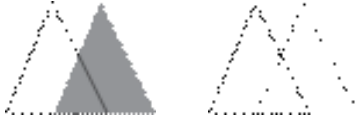


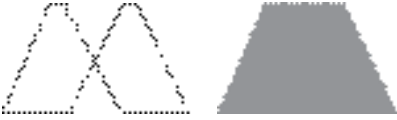
dan diklasifikasikan sebagai *lettermark*. Logo ini terdiri dari bentuk segitiga dan warna kuning kecoklatan (*ochre*). Pada awal tahun 1980, Nuage Branding merancang desain logo untuk Mulia Group, sebuah perusahaan *commercial real estate* dan *hotel developer* terbesar di Indonesia. Desain logo menerapkan huruf pertama “M” dari nama Mulia Group dalam warna hijau sebagai warna perusahaan. Visualisasi logo Mulia Group membentuk sebuah ilusi tiga-dimensi yang mencerminkan ruang lingkup usahanya. (www.nuagebranding.com). Visi Hotel Mulia Senayan adalah “*To be the Best Independent Luxury Hotel offering personalized service and care*” (Sumber: www.hotelmulia.com).

Sinar Mas merupakan sebuah induk perusahaan yang memayungi beberapa anak perusahaan dan diaplikasikan pada setiap produknya. Logo hasil rancangan Avigra Communication ini termasuk jenis logo *monolithic* dan diklasifikasikan sebagai *abstract mark* yang memiliki bentuk bujur sangkar, lingkaran, dan

warna merah. Visi Sinar Mas adalah untuk menjaga keseimbangan dari tiga pilar utama keberlanjutan usaha, yaitu sosial, lingkungan dan ekonomi. Sementara seluruh kegiatan operasional perusahaan selalu mengedepankan akuntabilitas, transparansi, kepentingan para pemegang saham serta etika dalam berbisnis.

Pacific Place Jakarta merupakan anak perusahaan dari *Central Business District*, tetapi logonya tidak mewakili ciri khas induk perusahaan. Maka logo Pacific Place Jakarta termasuk dalam jenis logo *branded* dan diklasifikasikan sebagai *pictorial mark*. Logo Pacific Place Jakarta terdiri dari bentuk lingkaran, bentuk gelombang, warna biru, dan warna hijau. Logo Pacific Place Jakarta dirancang oleh PT Bentuk Metakreasi, sebuah perusahaan desain di Jakarta Pusat. Latar belakang desain logo tersebut menggambarkan bentuk kompleks gendung Pacific Place Jakarta secara menyeluruh dari puncak gedung tersebut (*zenith position*). Lalu, bentuk elips (*ellipse*) dengan bentuk pita berwarna biru dan emas mewakili

Tabel 3 Unsur Visual - Logo Hotel Mulia Senayan
(Sumber: Dok)

BARAT	FENG SHUI
<p>Logo Hotel Mulia Senayan terdiri dari empat macam unsur visual, adalah garis, bentuk, bidang positif-negatif, dan warna.</p>	<p>Logo Hotel Mulia Senayan terdiri dari tiga macam unsur visual, yaitu bentuk <i>Yin</i> dan <i>Yang</i>, bentuk <i>Wu Xing</i>, dan warna <i>Wu Xing</i>.</p>
 <p>Unsur visual pertama adalah garis lurus, yang bergerak horisontal dan diagonal. Kualitas yang ditampilkan pada logo ini adalah garis utuh (tidak terputus-putus) dengan ketebalan yang merata</p>	 <p>Unsur visual pertama adalah bentuk <i>Yin</i> dan <i>Yang</i> yang ditampilkan hanyalah tepian bentuk bersudut yang runcing sebagai perwakilan dari energi <i>Yin</i>.</p>
 <p>Kedua, bentuk geometris berupa dua buah bentuk segitiga. Bentuk-bentuk tersebut menampilkan orientasi bentuk dua-dimensi yang datar.</p>	 <p>Kedua, bentuk <i>Wu Xing</i> berupa dua buah bentuk segitiga yang mewakili unsur api.</p>
 <p>Ketiga, warna kuning kecoklatan (<i>ochre</i>) yang terang (muda) dan termasuk dalam kelompok warna hangat.</p>	 <p>Ketiga, warna <i>Wu Xing</i>, yaitu warna kuning kecoklatan (<i>ochre</i>) yang mewakili unsur tanah.</p>
 <p>Keempat, bidang positif (<i>figure</i>) yang menyerupai bentuk simbol <i>infinity</i> '∞' (kiri). Simbol matematika tersebut diciptakan oleh garis yang tampak <i>overlapped</i> dan terputus pada bagian tengah logo ini. Bidang negatif (<i>ground</i>) berupa bentuk trapesium (kanan) muncul dari bentuk segitiga yang bertumpuk secara horisontal.</p>	<p>Logo ini tidak menampilkan simbol budaya Cina.</p>

keabadian (*infinity dan longevity*) untuk menciptakan sebuah desain logo yang anggun dan tidak terlupakan. (Sumber: www.bentuk.com)

Analisis setiap logo terbagi dalam tiga bagian, yaitu unsur visual, komposisi logo, dan interpretasi makna logo, yang diuraikan di bawah ini:


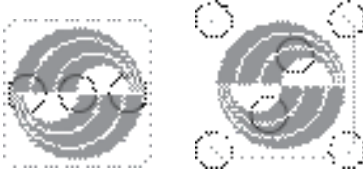





3.1 Analisis Unsur Visual

Unsur visual yang terdapat pada setiap desain logo, mengacu pada prinsip visual Barat, adalah unsur garis, bentuk, bidang

positif-negatif, dan warna. Sedangkan menurut prinsip *Feng Shui*, unsur visual terdiri dari bentuk *Yin* dan *Yang*, bentuk *Wu Xing*, warna *Wu Xing*, dan simbol budaya Cina. Unsur visual melalui pandangan prinsip visual Barat, divisualisasikan melalui unsur garis, bentuk, bidang positif-negatif, dan warna. Sedangkan melalui pandangan prinsip *Feng Shui*, divisualisasikan dari bentuk *Yin* dan *Yang*, bentuk *Wu Xing*, warna *Wu Xing*, dan simbol budaya Cina.

A. Analisis Unsur Visual - Logo Hotel Mulia

Tabel 4 Unsur Visual - Logo Sinar Mas
(Sumber: Dok)

BARAT	FENG SHUI
<p>Logo Sinar Mas terdiri dari empat macam unsur visual, adalah garis, bentuk, bidang positif-negatif, dan warna.</p>	<p>Logo Sinar Mas terdiri dari tiga macam unsur visual, yaitu bentuk <i>Yin</i> dan <i>Yang</i>, bentuk <i>Wu Xing</i>, dan warna <i>Wu Xing</i>.</p>
 <p>Unsur visual pertama adalah garis kurva yang berputar seakan-akan seperti spiral dengan kualitas garis yang tebal (kiri) dan garis tipis (kanan).</p>	 <p>Pertama adalah tepian bentuk bersudut dan runcing (kiri) sebagai perwakilan dari energi <i>Yin</i> dan tepian bentuk yang berkurva (kanan) sebagai perwakilan dari energi <i>Yang</i>.</p>
 <p>Kedua, bentuk geometris dengan karakteristik dua-dimensi yang datar, adalah sebuah bentuk bujur sangkar yang menampilkan sudut berkurva dan dua buah lapisan setengah lingkaran bertumpuk dan menciptakan sebuah bentuk lingkaran.</p>	 <p>Kedua, bentuk <i>Wu Xing</i> berupa bentuk bujur sangkar yang mewakili unsur tanah dan bentuk lingkaran yang mewakili unsur logam.</p>
 <p>Ketiga, bidang positif (<i>figure</i>) yang menyerupai bentuk simbol Yin dan Yang (berwarna abu-abu). Kemudian, bidang negatif (<i>ground</i>) di antara kedua lapisan setengah lingkaran adalah dua bentuk setengah lingkaran yang tidak berlapis dan utuh (berwarna putih).</p>	<p>Logo ini tidak menampilkan simbol budaya Cina.</p>
 <p>Keempat, warna merah terang (muda) yang termasuk dalam kelompok warna primer dan warna hangat.</p>	 <p>Ketiga, warna <i>Wu Xing</i>, yaitu warna merah yang mewakili unsur api.</p>







Senayan (Jabaran analisis dijelaskan pada tabel 3).

B. Analisis Unsur Visual - Logo Sinar Mas (Jabaran analisis dijelaskan pada tabel 4).

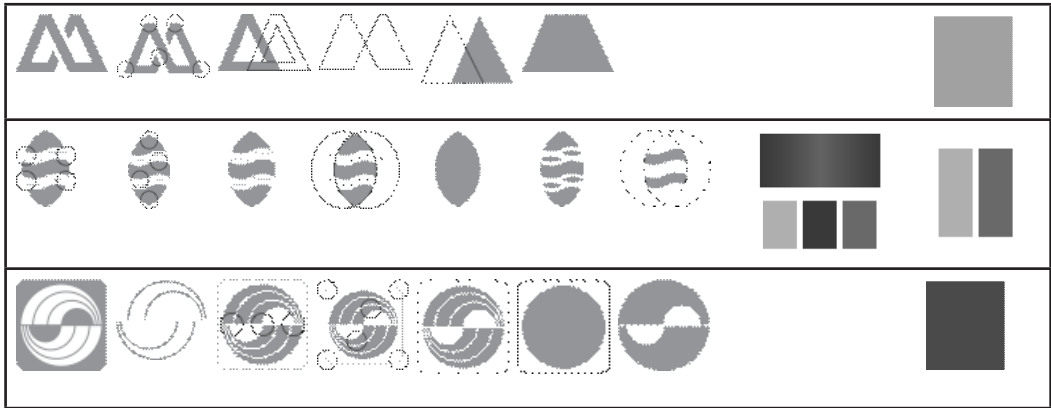
C. Analisis Unsur Visual - Logo Pacific Place Jakarta (Jabaran analisis dijelaskan pada tabel 5). Sedangkan Analisis simpulannya dijelaskan pada tabel 6.

Jadi, melalui analisis unsur visual logo, dapat dikemukakan bahwa menurut prinsip visual Barat, logo yang tidak memiliki unsur garis, tetapi menerapkan unsur warna untuk menciptakan bentuk ada empat logo, yaitu logo Toko Buku Gramedia, Pacific Place Jakarta, PermataBank, dan Mal Taman Anggrek. Sedangkan menurut prinsip *Feng Shui*, satu logo memiliki bentuk *Yin* dan *Yang*,



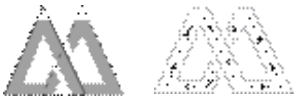



Tabel 5. Unsur Visual - Logo Pacific Place Jakarta
(Sumber: Dok)

BARAT	FENG SHUI
<p>Logo Pacific Place Jakarta terdiri dari tiga macam unsur visual, adalah bentuk, bidang positif-negatif, dan warna.</p>	<p>Logo Pacific Place Jakarta terdiri dari tiga macam unsur visual, yaitu bentuk <i>Yin</i> dan <i>Yang</i>, bentuk <i>Wu Xing</i>, dan warna <i>Wu Xing</i>.</p>
<p>Logo ini tidak menampilkan garis, tetapi terdiri dari bidang berwarna yang menciptakan beberapa bentuk.</p>	 <p>Unsur visual pertama adalah bentuk <i>Yin</i> dan <i>Yang</i> berupa tepian bentuk bersudut dan runcing (kiri) mewakili energi <i>Yin</i> dan tepian bentuk berkurva (kanan) mewakili energi <i>Yang</i>.</p>
 <p>Pertama, bentuk organik, adalah bentuk sebuah oval yang diiris menjadi tiga bagian, yaitu bagian atas, tengah, dan bawah (kiri). Bentuk dengan orientasi dua-dimensi yang datar (kanan) berupa gelombang dan bentuk irisan oval berukuran kecil.</p>	 <p>Kedua, bentuk <i>Wu Xing</i> berupa bentuk gelombang yang mewakili unsur air dan bentuk oval yang mewakili unsur logam.</p>
 <p>Kedua, bidang positif (<i>figure</i>) yang menyerupai bentuk oval (kiri) dengan posisi vertikal. Kemudian, di antara bentuk oval berwarna biru dan irisan terdapat bidang negatif (<i>ground</i>) berbentuk gelombang (kanan) dan tersembunyi di dalam logo ini.</p>	<p>Logo ini tidak menampilkan simbol budaya Cina.</p>
 <p>Keempat, warna hijau kekuningan terang (muda) yang termasuk dalam kelompok warna hangat. Warna hijau merupakan campuran dari warna biru dan warna kuning, sedangkan warna biru merupakan warna primer. Kemudian warna biru gelap (tua) dan biru terang (muda) yang termasuk dalam kelompok warna sejuk. Kedua jenis warna biru digabungkan dalam warna gradasi (kanan).</p>	 <p>Ketiga, warna <i>Wu Xing</i>, yaitu warna hijau yang mewakili unsur kayu dan warna biru yang mewakili unsur air.</p>

Tabel 6 Visualisasi Simpulan Analisis Unsur Visual
(Sumber: Dok)



Tabel 7 Komposisi Logo - Hotel Mulia Senayan
(Sumber: Dok)

BARAT	FENG SHUI
<p>Komposisi logo Hotel Mulia Senayan berhasil menciptakan keseimbangan (<i>balance</i>) yang <i>asimetris by contrast</i>, berhasil untuk menampilkan irama yang <i>repetitive</i> dan berkelanjutan, dan berhasil untuk mencapai komposisi yang bersatu dan <i>coherence</i>.</p>	<p>Komposisi logo Hotel Mulia Senayan berhasil menciptakan keseimbangan prinsip <i>Yin</i> dan <i>Yang</i> yang baik, berhasil menampilkan dinamisme irama energi <i>Qi</i>, dan berhasil untuk mencapai keselarasan (<i>harmony</i>) siklus <i>Wu Xing</i>.</p>
 <p>Keseimbangan logo ini adalah <i>asimetris by contrast</i> yang dinamis karena terdiri bentuk yang memiliki beban lebih berat pada bagian bawah dibandingkan dengan bagian atas.</p>	 <p>Walaupun logo bertepian atau bersudut runcing (kiri) energi <i>Yin</i>, namun terdiri dari bentuk-bentuk yang teratur (<i>auspicious</i>) dapat memberikan manfaat. Maka, komposisi logo ini menciptakan keseimbangan <i>Yin</i> dan <i>Yang</i> yang baik.</p>
 <p>Komposisi logo ini berupa pengulangan bentuk segitiga dan garis dengan ketebalan yang konsisten (kiri) dan menekankan pada pada garis lurus yang bergerak secara horisontal dan diagonal (kanan) tanpa akhir (terus berputar). Maka logo ini menciptakan komposisi irama yang berulang (<i>repetitive</i>) dan berkelanjutan (<i>continuous flow</i>).</p>	 <p>Komposisi logo ini menggambarkan gerakan energi <i>Qi</i> yang mengalir tanpa hambatan, sehingga energi <i>Zheng Qi</i> hadir dan memberi manfaat pada logo ini.</p>
 <p>Dengan komposisi unsur visual yang menampilkan kesamaan (<i>similarity</i>) bentuk segitiga dari garis yang memiliki ketebalan yang konsisten. Sehingga logo ini mencapai kesatuan organik yang <i>coherence</i>.</p>	 <p>Logo ini memiliki komposisi <i>Wu Xing</i> yang selaras (<i>harmony</i>) sebagai perpaduan warna unsur tanah (coklat ochre) dan dua buah bentuk unsur api (segitiga) yang menghasilkan siklus <i>productive</i>, berupa analogi lahar yang menyembur dari gunung merapi yang kemudian berubah menjadi tanah. Hal Interaksi kedua unsur tersebut menciptakan sebuah siklus yang menghasilkan dan memberikan manfaat</p>

simbol kebudayaan Cina, bentuk dan warna *Wu Xing*, yaitu logo Mal Taman Anggrek. Selain itu, satu logo memiliki bentuk *Yin* dan *Yang*, simbol kebudayaan Cina, dan warna *Wu Xing*, yaitu logo Telkomsel.

3.2 Analisis Komposisi Logo

Prinsip desain pada komposisi logo, melalui pandangan prinsip visual Barat, terdiri dari prinsip keseimbangan (*balance*), irama (*rhythm*), dan kesatuan (*unity*). Sedangkan melalui pandangan prinsip *Feng Shui* terdiri dari keseimbangan prinsip *Yin* dan *Yang*, sirkulasi energi *Qi* yang bermanfaat dan berirama (*rhythm*), dan interaksi siklus prinsip *Wu Xing* (Lima Unsur) yang selaras (*harmony*).

A. Analisis Komposisi Logo - Hotel Mulia Senayan (Jabaran analisis dijelaskan pada tabel 7).

B. Analisis Komposisi Logo - Sinar Mas (Jabaran analisis dijelaskan pada tabel 8).

C. Analisis Komposisi Logo - Pacific Place Jakarta (Jabaran analisis dijelaskan pada tabel 9). Sedangkan Analisis simpulannya dijelaskan pada tabel 10.

Jadi, melalui analisis komposisi logo dapat ditarik kesimpulan bahwa prinsip visual Barat, setiap logo berhasil untuk menciptakan komposisi logo yang seimbang, berirama, dan bersatu. Sedangkan menurut prinsip *Feng Shui*, lima logo berhasil untuk menciptakan komposisi logo yang seimbang dengan prinsip *Yin* dan *Yang*, mengalir seperti irama aliran energi *Qi* yang positif, dan selaras dengan siklus *productive Wu Xing*, yang positif dan bermanfaat. Logo yang berhasil adalah logo Hotel Mulia Senayan, Pacific Place Jakarta, PermataBank, Sinar Mas, dan Mal Taman Anggrek. Kemudian, empat logo tidak berhasil untuk menciptakan komposisi logo yang selaras dengan acuan siklus *productive Wu Xing*, yang positif dan bermanfaat. Logo

yang tidak berhasil adalah logo Toko Buku Gramedia, Inti Bangunan Showroom, Hotel Talagasari, dan Telkomsel.







3.3 Analisis Interpretasi Makna Logo

A. Analisis Interpretasi Makna Logo - Hotel Mulia Senayan

Menurut prinsip visual Barat, logo Hotel Mulia Senayan terdiri dari empat macam unsur visual, adalah garis, bentuk, warna, bidang positif dan negatif. Komposisi logo Hotel Mulia Senayan berhasil untuk menciptakan keseimbangan yang *asimetris by contrast*, berhasil untuk menampilkan irama yang berulang dan berkelanjutan, dan berhasil untuk mencapai komposisi yang bersatu yang *coherence*. Menurut prinsip *Feng Shui*, logo Hotel Mulia Senayan terdiri dari tiga macam unsur visual, yaitu bentuk *Yin* dan *Yang*, bentuk *Wu Xing*, dan warna *Wu Xing*. Komposisi logo Hotel Mulia Senayan berhasil untuk menciptakan keseimbangan prinsip prinsip *Yin* dan *Yang* yang baik, berhasil menampilkan dinamisme irama energi *Qi*, dan berhasil untuk mencapai keselarasan (*harmony*) siklus *Wu Xing*. Sesuai dengan prinsip visual Barat, makna logo yang berkomposisi *Breaking the Unit* ini tidak menyerupai bentuk apapun (abstrak), tetapi secara menyeluruh, komposisi logo tetap terlihat menyatu. Maka, logo ini mencerminkan karakteristik perusahaan yang kokoh, stabil, mewah, dan dinamis. Hal di atas juga mewakili visi Hotel Mulia Senayan “*to be the Best Independent Luxury Hotel offering personalized service and care*”. Stabilitas perusahaan diwakili oleh komposisi logo yang berkeseimbangan asimetris dan seimbang menurut prinsip *Yin* dan *Yang*.

Alur kerja perusahaan yang baik dan teratur diwakili oleh irama seperti simbol ∞ (*infinity*) yang dinamis, berkelanjutan, dan sirkulasi energi *Qi* yang bermanfaat.

Tabel 8. Komposisi Logo - Sinar Mas
(Sumber: Dok)

BARAT	FENG SHUI
<p>Komposisi logo Sinar Mas berhasil untuk menciptakan keseimbangan yang simetris, berhasil untuk menampilkan irama repetitive dan progressive, dan mencapai kesatuan yang centralize.</p>	<p>Komposisi logo Sinar Mas berhasil untuk menciptakan keseimbangan prinsip Yin dan Yang yang baik dan berhasil menampilkan dinamisme irama energi Qi, dan berhasil untuk mencapai keselarasan siklus Wu Xing.</p>
 <p>Komposisi logo ini menciptakan keseimbangan simetris (bilateral) yang identik.</p>	 <p>Komposisi logo ini memiliki keseimbangan Yin dan Yang yang baik. Hal tersebut ditampilkan dengan penggabungan adanya tepian runcing (kiri) energi Yin dan bentuk kurva (kanan) energi Yang.</p>
 <p>Komposisi logo ini terdiri dari pengulangan bentuk garis yang melingkar sehingga mencapai komposisi irama yang berulang (repetitive), dan ketebalan garis yang secara bertahap (progressive) berubah dari tipis ke tebal.</p>	 <p>Komposisi logo ini menggambarkan gerakan energi Qi yang mengalir tanpa hambatan dan terus berputar, sehingga energi Zheng Qi hadir dan memberi manfaat pada logo ini.</p>
 <p>Dengan komposisi unsur visual yang berpusat di bagian tengah, maka logo ini mencapai kesatuan (unity) yang centralize.</p>	 <p>Logo ini memiliki komposisi Wu Xing yang selaras (harmony). Hal tersebut dikarenakan oleh perpaduan bentuk dari unsur logam (lingkaran) dan unsur tanah (bujur sangkar) akan menghasilkan siklus productive Wu Xing.</p>

Kemudian, perusahaan ini memiliki tujuan yang fokus, hal tersebut diwakili oleh komposisi kesatuan yang berpusat di tengah (*centralize*). Karakteristik perusahaan yang dinamis dan keselarasan siklus *Wu Xing* tersebut juga memiliki standard khusus yang dimiliki oleh perusahaan, tetapi dapat disesuaikan dengan keinginan pelanggan (*personalized service and care*).

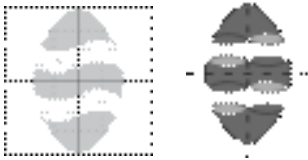





Dari nilai positif yang disebutkan, saat logo ini dipandang melalui prinsip *Feng Shui* ditemukan 1 (hal) hal negatif. Yaitu, ketidakcocokan antara komposisi logo,

sektor industri, dan prinsip *Wu Xing*. Hotel Mulia Senayan dapat digolongkan dalam sektor industri perhotelan atau pariwisata yang mewakili unsur air dari prinsip *Wu Xing*, tetapi bentuk ataupun warna dari unsur air *Wu Xing* tidak tercerminkan pada logo Hotel Mulia Senayan.

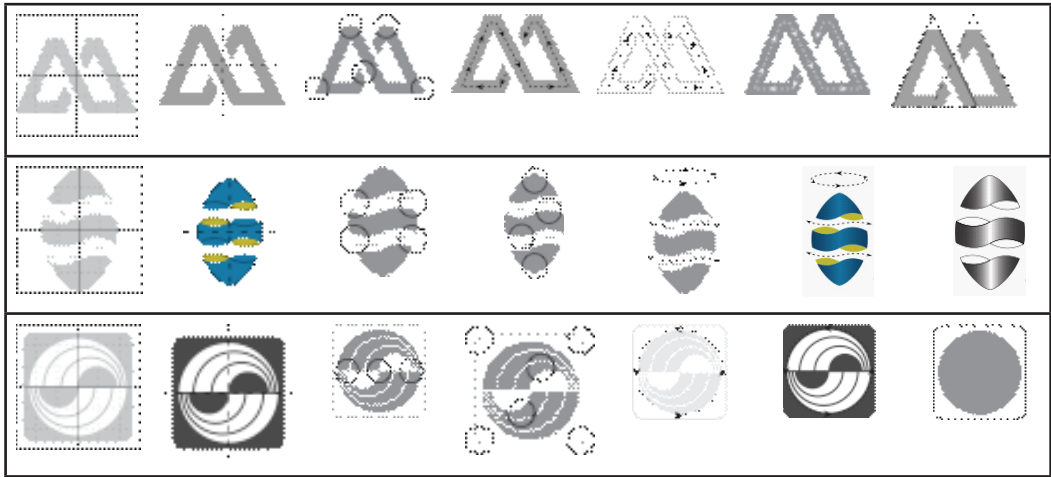
B. Analisis Interpretasi Makna Logo - Sinar Mas

Menurut prinsip visual Barat, logo Sinar Mas terdiri dari empat macam unsur visual, adalah garis, bentuk, warna, bidang positif dan negatif. Komposisi logo Sinar Mas

Tabel 9. Komposisi Logo - Pacific Place
(Sumber: Dok)

BARAT	FENG SHUI
<p>Komposisi logo Pacific Place Jakarta berhasil untuk menciptakan keseimbangan (<i>balance</i>) yang simetris (<i>bilateral</i>), berhasil untuk menampilkan irama (<i>rhythm</i>) yang berulang (<i>repetitive</i>) dan berkelanjutan (<i>continuous flow</i>), dan berhasil untuk mencapai komposisi yang bersatu (<i>unity</i>) yang <i>coherence</i>.</p>	<p>Komposisi logo Pacific Place Jakarta berhasil untuk menciptakan keseimbangan prinsip <i>Yin</i> dan <i>Yang</i> yang baik, berhasil menampilkan dinamisme irama energi <i>Qi</i>, dan berhasil untuk mencapai keselarasan (<i>harmony</i>) siklus <i>Wu Xing</i>.</p>
 <p>Komposisi logo ini menciptakan keseimbangan simetris (<i>bilateral</i>) yang identik.</p>	 <p>Komposisi logo ini memiliki keseimbangan <i>Yin</i> dan <i>Yang</i> yang baik. Hal tersebut ditampilkan dengan penggabungan antara tepian atau sudut runcing (kiri) energi <i>Yin</i> dengan bentuk berkurva (kanan) energi <i>Yang</i>.</p>
 <p>Maka logo ini menciptakan komposisi irama yang berulang (<i>repetitive</i>) dan berkelanjutan (<i>continuous flow</i>).</p>	 <p>Komposisi logo ini menggambarkan gerakan energi <i>Qi</i> yang mengalir tanpa hambatan, sehingga energi <i>Zheng Qi</i> hadir dan memberi manfaat pada logo ini.</p>
 <p>Dengan komposisi unsur visual yang menampilkan kesamaan (<i>similarity</i>) bentuk irisan berkurva yang menyerupai bentuk gelombang dan warna gradasi, sehingga logo ini mencapai kesatuan organis yang <i>coherence</i>.</p>	 <p>Logo ini memiliki komposisi <i>Wu Xing</i> yang selaras (<i>harmony</i>). Hal tersebut dikarenakan oleh perpaduan warna dari unsur air (biru) dan unsur kayu (hijau) akan menghasilkan <i>siklus productive</i>, yang dapat dianalogikan seperti tanaman yang diairi dan bertumbuh. Dan perpaduan bentuk dari unsur logam (lingkaran) dan unsur air (gelombang) akan menghasilkan <i>siklus productive Wu Xing</i> yang baik, positif, dan memberikan manfaat.</p>

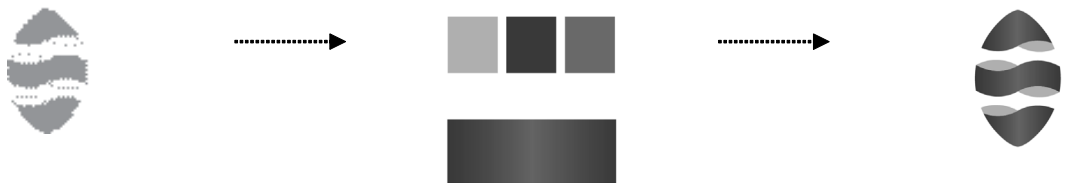
Tabel 10. Visualisasi Simpulan Analisis Komposisi Logo
(Sumber: Dok)



Gambar 4 Interpretasi Makna Logo - Hotel Mulia Senayan
(Sumber: Dok)

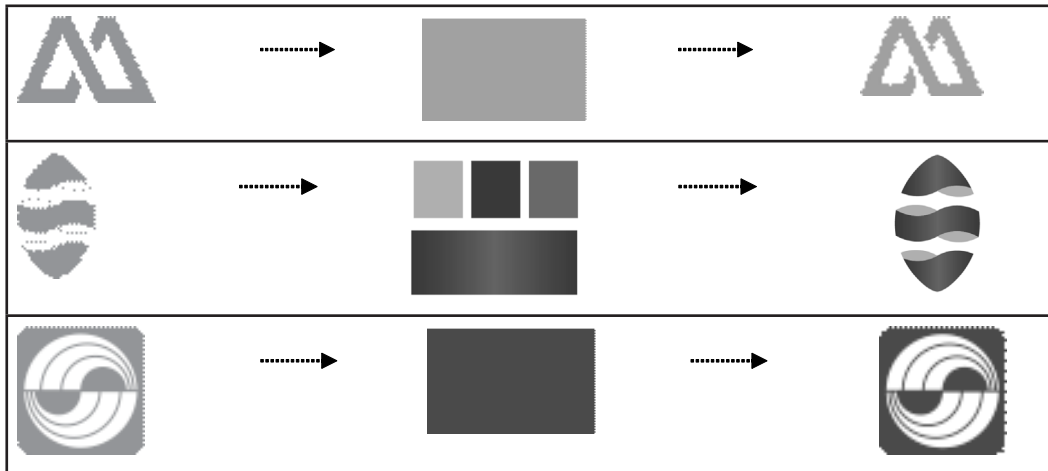


Gambar 5. Interpretasi Makna Logo - Sinar Mas
(Sumber: Dok)



Gambar 6. Interpretasi Makna Logo - Pacific Place Jakarta
(Sumber: Dok)

Tabel 11. Visualisasi Simpulan Analisis Interpretasi Makna Logo
(Sumber: Dok)



berhasil untuk menciptakan keseimbangan yang simetris, berhasil untuk menampilkan irama yang berulang dan progresif, dan berhasil mencapai komposisi yang bersatu yang *centralize*. Menurut prinsip *Feng Shui*, logo Sinar Mas terdiri dari tiga macam unsur visual, yaitu bentuk Yin dan Yang, bentuk *Wu Xing*, dan warna *Wu Xing*. Komposisi logo Sinar Mas berhasil untuk menciptakan keseimbangan prinsip Yin dan Yang yang baik dan berhasil menampilkan dinamisme irama energi *Qi*, dan berhasil menciptakan keselarasan siklus *Wu Xing*.

Jadi, logo ini berkomposisi *Self Contained Unit* menyerupai bentuk-bentuk dasar yang sering ditemui dan komposisi logo terlihat menyatu. Logo Sinar Mas menerapkan tiga visi perusahaan, yaitu menjaga keseimbangan pilar utama keberlanjutan usaha seperti sosial, lingkungan, dan ekonomi. Visi tersebut dapat diwakili oleh keseimbangan komposisi simetris, kemudian irama berulang dan progresif seperti aliran energi *Qi* yang bermanfaat. Komposisi logo Sinar Mas juga mewakili keselarasan prinsip *Wu Xing*, baik perpaduan bentuk maupun

warna dari *siklus productive Wu Xing*. Kemudian, karena Sinar Mas merupakan induk perusahaan dari beberapa sektor industri, maka tidak dapat ditentukan unsur yang cocok dengan prinsip *Feng Shui*.

C. Analisis Interpretasi Makna Logo - Pacific Place Jakarta

Menurut prinsip visual Barat, logo Pacific Place Jakarta terdiri dari tiga macam unsur visual, adalah bentuk, warna, bidang positif dan negatif. Komposisi logo Pacific Place Jakarta berhasil untuk menciptakan keseimbangan yang simetris (*bilateral*), berhasil untuk menampilkan irama yang berulang (*repetitive*) dan berkelanjutan (*continuous flow*), dan berhasil untuk mencapai komposisi yang bersatu yang *coherence*. Menurut prinsip *Feng Shui*, logo Pacific Place Jakarta terdiri dari tiga macam unsur visual, yaitu bentuk Yin dan Yang, bentuk *Wu Xing*, dan warna *Wu Xing*. Komposisi logo Pacific Place Jakarta berhasil untuk menciptakan keseimbangan prinsip Yin dan Yang yang baik, berhasil menampilkan dinamisme irama energi *Qi*,

dan berhasil untuk mencapai keselarasan (*harmony*) siklus *Wu Xing*.

Jadi, apabila disesuaikan dengan prinsip visual Barat, makna logo yang berkomposisi *Breaking the Unit* tidak menyerupai bentuk apapun (abstrak). Tetapi secara menyeluruh, komposisi logo tetap terlihat menyatu. Maka, logo ini mencerminkan karakteristik perusahaan yang stabil, dinamis, dan transparan. Stabilitas perusahaan diwakili oleh keseimbangan komposisi logo yang simetris dan keseimbangan prinsip *Yin* dan *Yang*. Dinamisme kerja dalam perusahaan ini diwakili oleh irama yang berulang dan berkelanjutan dari aliran irama energi *Qi*. Kemudian keselarasan pada logo ini diwakili oleh komposisi bentuk dan warna *Wu Xing* yang menciptakan siklus *productive Wu Xing*. Selain itu, kecocokan antara komposisi logo, sektor industri, dan prinsip *Wu Xing*. Pacific Place Jakarta dikategorikan sebagai sektor industri dari unsur air, dan visualisasi baik bentuk dan warna mencerminkan unsur air juga.

Jadi, apabila mengingat fungsi sebuah logo adalah untuk mengkomunikasikan sebuah pesan dengan jelas melalui bentuk, jenis huruf, penerapan warna, gambar, atau simbol. Secara menyeluruh, sebuah logo dapat dimaknai secara denotatif dan konotatif dari ideologi perusahaan yang berkaitan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa di antara prinsip visual Barat dan *Feng Shui* ada perbedaan pandangan terhadap desain logo. Prinsip *Feng Shui* menghubungkan unsur visual hingga komposisi desain dengan fenomena alam. Pada akhirnya, hasil logo dapat menjadi logo yang negatif atau positif, menghambat atau memberi manfaat, *destructive* atau *productive*, *inauspicious* (merugikan) atau *auspicious* (menguntungkan), dan seterusnya.

Desain logo disebut berhasil menurut prinsip *Feng Shui* apabila dapat menciptakan keselarasan (*harmony*) dari komposisi logo tersebut dan mewakili ideologi perusahaan. Jadi berkaitan dengan perbedaan cara memandang sebuah desain logo berdasarkan prinsip visual Barat dan *Feng Shui* juga mengacu pada perbedaan *way of reading visual* budaya Barat dan Cina.

4. Kesimpulan

Dengan mengamati prinsip visual Barat dan *Feng Shui* pada desain logo di mana terdapat penggabungan antara cara berpikir Barat dan Cina, maka dapat ditarik tiga kelompok kesimpulan. Pertama, kesimpulan yang berkaitan dengan cara membaca desain logo ditinjau dengan menggunakan prinsip visual Barat dan *Feng Shui*. Kedua, kesimpulan yang berkaitan dengan relasi antara prinsip visual Barat dan *Feng Shui* pada desain logo. Ketiga, kesimpulan yang berkaitan dengan perpaduan antara prinsip visual Barat dan *Feng Shui* pada desain logo.

Kesimpulan pertama, cara membaca desain logo prinsip visual Barat dan *Feng Shui*. Cara membaca desain logo menurut prinsip visual Barat dan *Feng Shui* memiliki perbedaan yang terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu cara membaca unsur visual, komposisi logo, dan interpretasi makna logo. Ketiga kelompok ini memiliki keunggulan dan kelemahan tersendiri. Pertama, Barat membaca unsur visual sesuai kenyataan dengan apa yang terlihat, sedangkan *Feng Shui* membaca unsur visual dengan cara mengasosiasikannya dengan bentuk alam dan simbol kebudayaan Cina yang bersifat mistis atau tidak nyata. Kedua, Barat membaca komposisi logo sesuai dengan prinsip desain *balance*, *rhythm*, dan *unity*. Apabila kombinasi unsur visual Barat yang tidak senada, komposisi logo yang ideal tetap dapat tercapai. Lain halnya

dengan *Feng Shui* yang membaca komposisi logo dengan ketentuan yang tidak dapat dilanggar. Kombinasi unsur visual dapat menciptakan komposisi logo dengan aliran energi *Qi* yang memberi manfaat atau menghambat, energi *Yin* dan *Yang* yang seimbang atau tidak seimbang, interaksi *Wu Xing* yang menjadi *siklus productive* atau *destructive*, dan simbol kebudayaan Cina yang baik atau buruk. Apabila perpaduan unsur visual *Feng Shui* tidak senada atau tidak serasi, maka dapat menciptakan komposisi logo yang tidak ideal. Ketiga, Barat membaca atau menginterpretasikan makna logo dengan visi dan misi perusahaan yang positif. Sedangkan interpretasi *Feng Shui* terhadap makna logo disesuaikan lagi dengan komposisi logo, apakah harmonis (ideal) atau tidak. Jika dibandingkan, cara membaca desain logo Barat lebih sederhana, luwes, dan fleksibel, karena unsur visual dan komposisi logo Barat lebih mudah diidentifikasi dan dipahami. Sedangkan cara membaca visual *Feng Shui* bersifat sebab-akibat (*causal*) yang perpaduannya dapat menciptakan dua kemungkinan, yaitu positif (baik, memberi manfaat, seimbang, menguntungkan, dan seterusnya) atau negatif (buruk, menghambat, labil, merugikan, dan seterusnya). Sehingga cara membaca desain logo *Feng Shui* lebih rumit, karena setiap unsur maupun komposisi visual mengacu pada kebudayaan Cina. Dimulai dari bentuk, warna, simbol, mitos, hingga filosofi yang merupakan landasan berpikir masyarakat Cina klasik. Jadi dapat disimpulkan bahwa desain logo lebih mudah dibaca saat menggunakan prinsip visual Barat dan lebih sulit dibaca saat menggunakan prinsip *Feng Shui*.

Kesimpulan kedua, relasi antara prinsip visual Barat dan *Feng Shui* pada desain logo. Relasi atau persamaan antara prinsip visual Barat dan *Feng Shui* yang terdapat

pada desain logo antara lain adalah unsur visual, komposisi logo, dan relasi pada saat menginterpretasi makna logo. Pertama, unsur visual warna Barat dan *Feng Shui* memiliki relasi atau kesamaan, misalnya Barat mengasosiasikan warna merah dengan suhu yang hangat atau panas, sedangkan *Feng Shui* mengasosiasikannya dengan unsur api yang panas dari prinsip *Wu Xing*. Contoh lain adalah prinsip visual Barat mengasosiasikan warna biru dengan suhu yang sejuk atau dingin, sedangkan *Feng Shui* mengasosiasikannya dengan unsur air yang dingin dari prinsip *Wu Xing*. Kedua adalah komposisi logo, di mana prinsip desain *balance* Barat memiliki relasi dengan *Feng Shui* yaitu prinsip keseimbangan energi *Yin* dan *Yang*. Prinsip desain *unity (coherence atau centralize)* Barat memiliki relasi dengan *Feng Shui* yaitu kesatuan bentuk simbol *Yin* dan *Yang*. Prinsip desain *rhythm* Barat memiliki relasi dengan *Feng Shui* yaitu gerakan aliran energi *Qi*. Ketiga, relasi pada interpretasi makna logo yang umumnya mencerminkan stabilitas perusahaan dari prinsip desain *balance* atau keseimbangan energi *Yin* dan *Yang*, dan mencerminkan siklus kerja (*workflow*) perusahaan dari prinsip desain *rhythm* atau gerakan aliran energi *Qi*. Jadi, seperti yang telah diuraikan di atas, dapat dikemukakan bahwa ada beberapa persamaan atau relasi antara prinsip visual Barat dan *Feng Shui* yang berkaitan dengan unsur visual, komposisi logo, dan interpretasi makna logo.

Kesimpulan ketiga, perpaduan prinsip visual Barat dan *Feng Shui* pada desain logo. Desain logo lebih sulit dibaca saat menggunakan prinsip *Feng Shui*, tetapi saat ini di Indonesia masih ada yang memadukannya dengan prinsip visual Barat pada desain logo. Hal tersebut dikarenakan oleh kecenderungan cara berpikir para pengusaha di Indonesia, khususnya yang merupakan keturunan Cina,

yang memiliki dua *desire* atau harapan yang mengacu pada kebudayaan Cina klasik yang bersifat mistis atau tidak nyata.

Harapan pertama adalah desain logo berprinsip *Feng Shui* dapat memberi perlindungan dan menghambat energi negatif (*Xie Qi*) yang dapat merugikan (bencana, kemalangan, kerugian, atau *bad luck*) terhadap perusahaannya. Hal ini mengacu pada kepercayaan masyarakat Cina untuk mengenakan kalung, cincin atau objek lainnya bersimbol yang menjadi pelindung dari energi jahat saat berpergian. Harapan kedua adalah dengan menerapkan prinsip *Feng Shui*, kinerja perusahaan dapat diberikan 'jalan' atau kesempatan yang baik, sehingga dapat menghasilkan rejeki (keberuntungan, hoki, atau *good luck*). Hal ini mengacu pada kebiasaan masyarakat Cina untuk memberikan hadiah berupa objek-objek bergambar kepada tuan rumah saat pergi berkunjung. Hadiah tersebut adalah ucapan terima kasih, harapan agar penerima berumur panjang, diberi keberuntungan, kesehatan yang baik, dan seterusnya. Apabila menggunakan kacamata prinsip visual Barat, faktor keberuntungan tidak ditemui, karena tidak terhitung dan tidak terlihat. Saat desain logo dibaca menggunakan prinsip *Feng Shui* sebagai pelindung yang diharapkan dapat memberikan 'jalan' yang lancar, prinsip visual Barat membaca desain logo sebagai visualisasi sebuah identitas perusahaan.

Oleh karena itu, perpaduan prinsip visual Barat dan *Feng Shui* pada desain logo mencerminkan ideologi perusahaan yang sekaligus memberikan perlindungan (*protection* atau *defense*) dari berbagai hambatan (bencana, kemalangan, kerugian, atau *bad luck*).

5. Daftar Pustaka

- Feldman, Edmund Burke. (1967) : *Art As Image and Idea*, Englewood Cliffs - New Jersey - USA, Prentice-Hall, Inc.
- Hall, James. (1996) : *The Illustrated Dictionary of Symbols in Eastern and Western Art*, Boulder - Colorado - USA, Westview Press (A Member of the Perseus Books Group)
- Lip, Evelyn. (1996) : *Desain dan Feng Shui Logo, Merk Dagang & Signboards* (Alih bahasa: Sidhi Diah Savira), Jakarta - Indonesia, PT Elex Media Komputindo
- Sudirman Central Business District (SCBD). www.scbd.com (diakses: 2011)
- Too, Lillian. (2004) : *Total Feng Shui: Bring Health, Wealth, and Happiness Into Your Life*, Kuala Lumpur - Malaysia, WOFS.COM SDN BHD MALAYSIA
- Wheeler, Alina. (2009) : *Designing Brand Identity: An Essential Guide for The Entire Branding Team (3rd Ed.)*, Hoboken - New Jersey - USA, John Wiley & Sons, Inc.