

Logo Hari Kebangsaan 2018: Analisis Teori Seni dan Aplikasi Komunikasi Visual

MARZUDI MD YUNUS
NURYUHANIS MOHD NASIR
NURUL HANIZA SAMSUDIN
Universiti Malaya

ABSTRAK

Logo merupakan bahan komunikasi visual penting yang berfungsi sebagai lambang identiti suatu entiti, alat promosi, dan juga kempen. Dalam aspek lain, logo turut berfungsi sebagai agen penyampai maklumat kepada orang ramai. Logo turut berfungsi untuk membina imej korporat kepada suatu entiti atau acara. Jata negara yang menjadi simbol kepada sesebuah negara juga merupakan suatu logo yang mempunyai makna mendalam kepada sesebuah negara. Logo mempunyai makna berdasarkan suatu konteks yang berkait rapat dengan sosio-budaya sesuatu tempat. Elemen seni reka yang menghasilkan logo mempunyai makna yang tersendiri dalam suatu konteks dan masyarakat. Artikel ini menganalisis logo Hari Kebangsaan 2018 dalam aspek reka bentuk dan aplikasi ke atas medium yang menjadi perumah kepada logo. Setiap elemen yang diguna bagi menghasilkan rekaan logo dianalisis kesesuaiannya berdasarkan elemen dan prinsip seni lukis dan seni reka. Elemen rekaan yang dirujuk merangkumi unsur garisan, rupa, warna, jarak dan tona. Manakala prinsip rekaan yang dirujuk adalahimbangan, kontras dan perletakan unsur-unsur seni dalam rekaan. Teori komunikasi visual digunakan bagi menghurai dapatan kajian. Hasil analisis menunjukkan terdapat kecacatan pada pembinaan struktur dan pengurusan rekaan yang terdiri daripada elemen warna, prinsip disiplin yang telah menjejaskan kesempurnaan fungsi logo dalam aspek komunikasi visual. Beberapa cadangan terhadap penambahbaikan yang tidak menjejaskan struktur dan makna rekaan dikemukakan dalam artikel ini.

Kata Kunci: *Logo, visual, komunikasi, rekaan, estetik.*

Malaysian National Day Logo 2018: An Analysis Based on the Theory of Arts and Visual Communication

ABSTRACT

A logo is an important tool for visual communication especially for promotional activity, brand identity and campaigns. It is also an important means to disseminate public information. Additionally, a logo is normally used in creating and representing the corporate image for an event or entity. As a coat of arms for a country, a logo is embedded with deep meaning depicted through various elements on a heraldic visual design. Meanings of a logo can be associated with the local sociocultural context it represents as every design element of a logo has its own significant message or value. This research analyses the logo for the 2018 Independence Day for Malaysia by focusing on the design and the application on the medium it is based on. Every element used in the design is analysed according to art and design elements and principals which includes line, form, colour-tone, space, balance, contrast and pattern. The logo is also analysed based on visual communication theory. This research shows that the structure and design management (which includes colour element and design principles) of the 2018

Independence Day logo is imperfect and has affected the ideal function of a logo as a visual communication tool. Suggestions for further improvements which will not change the main structure and meaning of the logo design are enclosed in this paper.

Keywords: *Logo, visual, communication, design, aesthetic.*

PENDAHULUAN

Logo merupakan salah satu bahan visual yang berfungsi sebagai identiti kepada sesuatu entiti, produk dan juga acara (Marzudi, 2005). Logo juga memberikan makna tersendiri kepada sesuatu entiti yang diwakilinya. Kewujudan logo bagi suatu acara dipersekitaran memberi gambaran bahawa akan berlaku suatu peristiwa besar dan penting di kawasan tersebut. Logo merupakan salah satu elemen visual yang berfungsi dalam pemasaran acara, persembahan dan kempen secara visual (Martin, 2006). Sebagai salah satu elemen seni tampak, logo sebagai hasil seni turut terikat dengan peraturan-peraturan seni visual bagi menjamin hasil karya itu menepati nilai-nilai estetika yang baik (Knobler, 1966).

Dalam sesuatu kempen, logo berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan maklumat (Lester, 2006). Ini bermakna logo mempunyai makna berdasarkan suatu konteks yang berkait rapat dengan sosio-budaya sesuatu tempat. Elemen seni reka yang menghasilkan logo mempunyai makna yang tersendiri dalam suatu konteks dan masyarakat (Meggs, 1986). Bagaimanapun, logo tidak dapat berdiri sendiri secara langsung. Logo memerlukan bahantara lain untuk dipasarkan kepada orang ramai. Antara bahantara yang digunakan untuk memasarkan logo adalah surat khabar, majalah, media elektronik, paparan, kain rentang dan pelbagai lagi medium bersesuaian. Oleh yang demikian, aspek aplikasi ke atas medium yang digunakan sebagai perumah logo juga sangat penting dalam aspek komunikasi visual (Mohd. Sidin & Noorbathi, 2002).

Hari kebangsaan yang disambut setiap tahun turut disertai dengan logo yang mewakili perayaan hari kebangsaan dengan tema yang khusus. Logo hari kebangsaan dicipta berdasarkan tema yang telah diberikan oleh kerajaan. Pereka grafik akan cuba menghasilkan logo yang berasaskan tema khusus yang telah diberikan oleh mereka. Setiap bentuk, rupa dan warna yang diberikan ke atas logo mempunyai maksud tersendiri. Grafik 1 merupakan logo-logo hari kebangsaan Malaysia bermula dari tahun 1978 hingga 2017 sebagai rujukan. Penggunaan warna yang digunakan sebagai warna logo adalah daripada warna-warna bendera Malaysia. Warna yang digunakan adalah warna yang tidak mempunyai tona terang-gelap. Majoriti logo yang dihasilkan itu menunjukkan bahawa bahagian berwarna putih diolah menjadi rupa hasil kombinasi rupa atau simbol bersebelahan dengannya. Hampir kesemua logo hari kebangsaan yang ditunjukkan dalam Grafik 1 tidak mempunyai masalah yang berkaitan dengan kontras. Hampir kesemua elemen penting yang menghasilkan rupa dapat dilihat dengan jelas di atas latar belakang berwarna putih. Rupa yang berwarna putih tidak dibiarkan tanpa wujudnya sempadan atau garis luar. Prinsip ini tidak ada pada logo Hari Kebangsaan 2018. Rupa setiap unsur dalam logo, tidak mempunyai batasan yang akan membolehkan logo itu konsisten secara visual di atas apa jua warna latar belakang suatu medium, tempat logo itu dipamerkan. Penggunaan logo Hari Kebangsaan 2018 akan menghasilkan kesan visual yang sangat baik jika latar belakang medium yang digunakan itu berwarna gelap seperti yang dipaparkan pada Grafik

2 sebelum ini. Latar belakang yang gelap akan menyelesaikan masalah tahap kontras rendah yang dihadapi oleh logo Hari Kebangsaan 2018.



Grafik 1: Logo-logo hari Kebangsaan dari tahun 1976 hingga 2017

PERMASALAHAN KAJIAN

Hari kebangsaan merupakan salah satu acara penting bagi setiap negara yang merdeka. Setiap tahun logo hari kebangsaan dicipta dan digunakan bagi memeriahkan lagi sambutan hari merdeka (Anom, 2016). Berdasarkan kepada penciptaan logo bagi setiap hari kebangsaan telah memberikan gambaran bahawa logo acara hari kebangsaan ini adalah sebahagian daripada elemen yang perlu ada dalam sambutan hari kebangsaan. Justeru, logo hari kebangsaan adalah aspek penting bagi hari kebangsaan. Penciptaan logo tersebut wajar diberi perhatian penting bagi menepati tema yang telah ditetapkan. Berdasarkan perkara ini, terdapat beberapa persoalan penting perlu diberikan jawapan melalui kajian ini. Persoalan pertama ialah, adakah penciptaan logo Hari Kebangsaan 2018 menepati elemen dan prinsip rekaan dalam proses reka bentuk? Persoalan yang kedua ialah, adakah rekaan logo hari Kebangsaan 2018 menepati aspek aplikasi yang menjamin fungsinya dalam komunikasi visual?

METODOLOGI

Bagi menjawab persoalan yang dinyatakan, kaedah analisis kandungan digunakan ke atas setiap unsur visual yang ada dalam logo Hari Kebangsaan 2018. Setiap elemen yang digunakan bagi menghasilkan rekaan logo dianalisis kesesuaiannya berdasarkan elemen dan prinsip seni lukis dan seni reka. Elemen rekaan yang dirujuk adalah merangkumi unsur garisan, rupa, warna, jarak dan tona. Manakala prinsip rekaan yang dirujuk adalahimbangan, kontras dan perletakan unsur-unsur seni dalam rekaan. Dalam konteks kajian ini, logo Hari Kebangsaan 2018 menjadi

subjek kajian, setiap elemen seperti warna, rupa dan komposisi dianalisis berdasarkan prinsip seni lukis dan seni reka.

TEORI KOMUNIKASI VISUAL

Teori komunikasi visual ialah teori yang menjelaskan perkaitan simbol, imej atau visual berdasarkan kepada elemen dan prinsip rekaan. Teori ini juga menjelaskan makna visual seperti rupa, bentuk, simbol dan juga warna, tafsiran khalayak berdasarkan pengalaman-pengalaman visual yang dilalui sepanjang kehidupan mereka. Pengolahan setiap visual seperti logo haruslah menepati teori komunikasi visual agar mesej yang hendak disampaikan kepada khalayak atau masyarakat dapat disampaikan dengan berkesan (Andry, 2010; Saiful, 2018). Dalam konteks kajian ini, teori komunikasi visual digunakan bagi menganalisis Logo Hari Kebangsaan berdasarkan elemen, prinsip rekaan dan keupayaannya menyampaikan mesej kepada khalayak atau masyarakat. Teori komunikasi visual juga dijadikan dasar bagi menganalisis penggunaan warna pada Logo Hari Kebangsaan 2018 berbanding warna latar bagi setiap medium yang digunakan. Secara umumnya penggunaan teori komunikasi visual dalam kajian ini adalah untuk menjustifikasi kewajaran setiap elemen visual yang ada pada Logo Hari Kebangsaan 2018 berdasarkan kepada elemen dan prinsip rekaan.

KAJIAN LITERATUR

Konsep seni visual boleh difahami berdasarkan aspek pernyataan diri, pengalaman sensasi visual dan sentuh, laras bahasa seni visual, kandungan dan fungsinya. Seni visual ini bukanlah suatu konsep yang berbentuk fahaman atau falsafah seperti teori estetik yang berdasarkan kepada teori dan perasaan semata-mata. Konsep seni visual merangkumi aspek aplikasi yang menggabungkan aspek estetik dan juga teknikal berasaskan tujuan sesuatu bahan visual itu dihasilkan (Azize, 2008).

Penghasilan suatu bahan visual merupakan suatu yang tidak boleh dipisahkan dengan kewujudan bahan visual itu sendiri. Untuk mewujudkan atau menzahirkan suatu bahan seni visual memerlukan seseorang individu atau manusia untuk menghasilkannya. Setiap lakaran sama ada menggunakan kaedah tradisi dan moden seperti melukis pada canvas atau komputer tetap memerlukan kemahiran manusia untuk menghasilkannya. Sesuatu yang dizahirkan itu merupakan pernyataan diri seseorang pelukis atau pereka. Setiap rupa dan bentuk yang dizahirkan bersumber daripada minda yang mempunyai tujuan kenapa bahan visual itu dihasilkan (Jonathan, 2018). Manakala, cara bagaimana rupa bentuk yang dihasilkan adalah berdasarkan kepada kemahiran yang merupakan pra-syarat sesuatu penghasilan. Sebagai mana yang dinyatakan oleh Plato, seni adalah satu peniruan. Peniruan yang wujud disini adalah dalam minda pelukis atau pereka itu berdasarkan gambaran yang terdapat dalam pemikiran yang diistilahkan sebagai alam idea. Bagaimana pelukis atau pereka menzahirkannya ke dunia nyata adalah berdasarkan kemahirannya melakarkan atau menyusun elemen-elemen rekaan mengikut prinsip-prinsip rekaan yang betul. Kemahiran dan kepandaian ini adalah antara pra-syarat yang dinyatakan oleh R.G. Collingwood dalam teori estetik (Hamidah, 1995). Seni visual merupakan ekspresi pernyataan perasaan, emosi, idea dan menifestasi dalaman diri pelukis atau pereka ke atas suatu medium yang menghasilkan bentuk, makna kepada bahan komunikasi visual.

Pengalaman sensasi merupakan suatu yang utama dalam seni visual. Pengalaman sensasi ini boleh terhasil daripada hasil seni yang bersifat dua dimensi dan tiga dimensi secara fizikal (Azize, 2008). Pengalaman sensasi melibatkan deria penglihatan dan juga deria sentuh. Lukisan, catan dan cetakan ditakrifkan sebagai bentuk seni dua dimensi, manakala arca pula dikategori sebagai bentuk seni tiga dimensi. Boleh disimpulkan bahawa seni dihasilkan dalam pelbagai bentuk dan rupa, serta merupakan suatu yang wujud di dunia nyata, bukan sepertimana konsep estetik yang digunakan dalam menikmati sesuatu karya seni. Konsep estetik adalah sesuatu yang bersifat abstrak dan berbeza-beza mengikut pandangan seseorang terhadap objek seni yang dinikmatinya (Hamidah, 1995).

Seni visual sepertimana bidang atau disiplin ilmu yang lain juga, mempunyai laras bahasanya sendiri. Laras bahasa seni visual terdiri daripada elemen dan prinsip rekaan, bahan, alat, teknik dan gaya (Azize, 2008). Laras bahasa ini merupakan sesuatu yang digunakan oleh pelukis atau pereka untuk menyampaikan makna terhadap sesuatu hasil seni visual. Pentafsiran makna oleh orang yang melihat pula berkait rapat dengan pengalaman estetik dan juga kebolehan seseorang itu mentafsir segala elemen dan prinsip rekaan yang ada dalam sesuatu karya seni.

Imej dan komposisi yang terdapat dalam sesuatu seni visual mempunyai makna serta mesej yang tertentu seperti mana sekeping foto yang merakam peristiwa pada detik ia diambil (Azize, 2008). Sebelum teknologi moden dalam fotografi, manusia pra-sejarah melakarkan gambar-gambar di dinding-dinding gua berdasarkan pengalaman mereka dalam aktiviti seperti perburuan dan acara ritual yang dilalui. Lakaran ini memberikan penerangan tentang bagaimana mereka menjalani kehidupan. Begitu juga manuskrip yang terdapat dalam piramid, mengandungi kisah hidup raja-raja Mesir di alam nyata dan alam selepas kematian (Meggs, 1998). Pada zaman moden pula, grafik pada *billboard* misalnya juga menyampaikan penerangan atau propaganda yang ingin disampaikan oleh suatu pihak kepada orang ramai.

Secara dasarnya, fungsi seni visual boleh dibahagikan kepada dua fungsi utama. Fungsi pertama adalah sebagai suatu bahan estetik yang lebih kepada luahan rasa pelukis atau pengkarya. Seni visual dijadikan sebagai bahan perhiasan untuk dinikmati dan dihayati isi kandungannya atau setidaknya menikmati keindahan olahan bentuk dan warna yang disusun oleh pengkaryanya. Fungsi kedua adalah dalam aspek gunaan yang berfungsi sebagai penyampai maklumat visual (Saiful, 2018). Dalam aspek ini, visual berfungsi sebagai alat sosiologi seni, iaitu sebagai alat penyampai maklumat atau komunikasi. Visual yang berfungsi dalam aspek sosiologi seni boleh dibahagikan kepada beberapa kategori, iaitu alat penyampai maklumat sebagai panduan, alat nasionalisme dan propaganda (Saiful, 2018). Apabila seni visual dalam aspek seni gunaan ini digunakan dalam penyampaian maklumat kepada masyarakat, maka wujud pula istilah seperti grafik komunikasi dan komunikasi visual. Kedua-duanya adalah suatu yang berbeza tetapi sering kali menimbulkan kekeliruan. Komunikasi visual adalah suatu konsep atau metod dalam menyampaikan maklumat secara visual berasaskan teori-teori komunikasi yang mana bahan-bahan visual itu dihasilkan melalui penggunaan seni visual (Lester, 2006). Manakala komunikasi grafik pula adalah aspek penghasilan bahan-bahan seni visual dengan menggunakan unsur dan elemen seni reka supaya ia dapat memberikan suatu makna kepada seseorang (Parker, 1989).

Bermula daripada komunikasi grafik dan komunikasi visual, telah merencanakan aktiviti seni reka grafik dan multimedia yang merupakan dua komponen utama bagi komunikasi visual. Komunikasi visual digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dengan berasaskan penggunaan medium pancaindera mata. Komunikasi visual adalah aspek gunaan yang terhasil daripada seni visual, oleh itu pendekatan atau orientasinya tidak boleh terpisah daripada elemen dan prinsip seni visual. Seni visual yang baik terhasil daripada kebijaksanaan pelukis atau pereka dalam menguruskan elemen dan prinsip seni reka apabila menghasilkan suatu rekaan seni visual berasaskan Tujuh Dasar Organisasi (*Seven Principles of Organization*). Tujuh dasar ini terdiri daripada bentuk, iaitu latar kepada bahan seni visual itu atau juga bahan seperti kertas, kanvas dan sebagainya. Dasar yang kedua, terdiri daripada elemen seni visual seperti garisan, rupa, bentuk, nilai (tona), jalinan dan warna. Dasar ketiga, iaitu melibatkan pembahagian lima penekanan atau pengurusan prinsip seni visual. Prinsip harmoni dan kepelbagaian menjadi pengimbang kepada prinsipimbangan, perletakan (*proportion*), dominasi/kontras, pergerakan/irama, dan ekonomi. Lima prinsip ini membentuk ruang pada suatu hasil seni. Pengurusan ruang yang baik akan menghasilkan kesatuan (*unity*) dalam sesebuah hasil seni (Azize, 2008).

Satu lagi aspek yang tidak kurang penting dalam disiplin seni visual adalah gaya. Gaya sesebuah hasil karya seni visual terhasil daripada fahaman, aliran dan zaman yang mempengaruhi seseorang pelukis atau pereka. Perubahan gaya dalam penghasilan suatu karya seni berlaku dan berubah-ubah bermula sejak zaman pra-sejarah hingga kini. Perubahan ini berpunca daripada penggunaan bahan, kemahiran, teknologi dan cita rasa artis sezaman dalam berkarya. Lukisan daripada zaman pra-sejarah misalnya bersifat kasar, ringkas dan kaku berpunca daripada penggunaan bahan semulajadi dan kurang kemahiran dalam menzahirkan visual (Mohamed Ali, 1991). Tetapi lama-kelamaan daripada gaya yang ringkas itu bertukar menjadi lebih kompleks dan realistik. Kehalusan dan ketelitian seni dapat dilihat sejak zaman post-renaisan yang mana fahaman seni pada zaman itu menitikberatkan kesempurnaan, justeru penghasilan karya seni juga tidak terkecuali. Abad ke-16 hingga ke-17 dikatakan sebagai permulaan baru dalam seni moden barat. Aliran-aliran yang membawa kepada gaya tertentu berkembang pada abad tersebut. Antara aliran yang terkenal adalah seperti *Neo-Classicisme*, *Romantisisme*, *Realisme*, *Impresionisme* dan *Post-Impresionisme*.

Seni visual adalah suatu hasil daripada gerak kerja manusia bagi mencapai sesuatu tujuan, sama ada untuk diri sendiri dan masyarakat. Seni visual dihasilkan atas dua fungsi utama, iaitu sebagai luahan ekspresi diri sendiri. Dalam konteks ini, penghasilan visual adalah untuk mencapai matlamat estetik. Tujuan kedua seni visual dihasilkan adalah untuk menyampaikan maklumat tertentu dalam kehidupan manusia. Fungsi yang kedua ini menjadikan seni visual sebagai satu seni gunaan yang berperanan penting dalam kehidupan sosiobudaya manusia sejagat.

Seni visual dalam aspek gunaan, bukan dijadikan suatu bentuk fahaman atau suatu teori yang bersifat konseptual semata-mata, tetapi merangkumi satu ekspresi minda yang berteraskan nilai-nilai estetika dan manifestasi pemikiran individu dalam menzahirkan suatu makna untuk ditaksirkan oleh pancaindera manusia. Penterjemahan makna daripada suatu hasil seni visual amat berkait rapat dengan pengalaman estetik individu itu sendiri. Pengalaman estetik ini adalah pengalaman visual yang dirasai oleh pancaindera mata dalam kehidupan manusia (Hamidah, 1995).

Saiful (2018) menjelaskan bahawa seni juga digunakan sebagai alat propaganda. Dalam konteks ini, visual digunakan oleh suatu pihak untuk mempengaruhi orang lain dalam sesuatu perkara. Visual dipersembahkan dalam pelbagai cara agar informasi atau maklumat yang hendak disampaikan memberi kesan seperti yang diharapkan oleh pihak yang menyampaikan propaganda. Visual boleh menjadi suatu bentuk kuasa atau upaya yang boleh mempengaruhi minda khalayak.

Elemen visual seperti gambar dan logo merupakan satu kaedah utama dalam menyebarkan propaganda. Semasa Perang Dunia Pertama meletus, British telah menggunakan media iaitu buku, risalah, peta, pamflet, gambar, artikel dan lain-lain untuk menyebarkan propaganda mereka. Media menjadi instrumen penting dalam komunikasi antara pihak kerajaan dengan masyarakat awam, terutamanya dalam mempengaruhi dan mendapat sokongan dalam agenda peperangan. Penggunaan visual yang diurus secara strategik dapat mengawal emosi rakyat, dan mendapatkan sokongan pada masa peperangan tersebut. Visual yang membabitkan kejayaan menewaskan musuh, telah menaikkan moral tentera yang berperang sentiasa tinggi dan bermotivasi untuk berjuang di medan perang (Muhammad Aslah & Mohd Samsudin, 2019).

Manakala dalam era yang bersifat komersial, Nurul, Normaliza dan Nor Azuwan (2018) pula menjelaskan bahawa iklan yang menggunakan ikon selebriti merupakan satu cara yang boleh mengubah persepsi masyarakat terhadap pemilihan sesuatu produk yang dikeluarkan. Selebriti yang ditampilkan secara visual dengan kaedah yang kreatif mampu mempengaruhi masyarakat agar turut sama memiliki barangan tersebut. Keadaan ini sebenarnya menunjukkan bahawa pengiklanan merupakan medium penting yang boleh mengubah minda dan membentuk halatuju kepada masyarakat setempat terhadap sesuatu perkara yang disebarkan kepada mereka melalui media massa.

Elemen visual juga merupakan aspek yang penting dalam penyampaian suatu maklumat. Sebagai contoh, dalam rekaan sebuah buku, visual kulit buku yang menarik bersama pengolahan visual yang merangkumi perletakan imej dalam ruang (kulit buku) dapat secara langsung menyampaikan maklumat asas mengenai sesebuah buku. Reka bentuk kulit buku menjadi elemen penting sebagai media utama membantu mempromosi dan mempengaruhi khalayak sasaran. Ini amat penting terutama ketika proses khalayak membuat pilihan sesuatu bahan bacaan seperti pemilihan buku. Penampilan setiap reka bentuk kulit buku berupaya membantu khalayak membeza-bezakan setiap buku mengikut kategorinya dan membantu kemudahbacaan terhadap buku yang diminati (Hanafi, Normah & Wan Amizah, 2018).

Tidak hanya pada rekaan buku, visual memainkan peranan penting dalam penyampaian berita dengan memberi gambaran yang jelas tentang sesuatu kejadian kepada masyarakat. Visual merupakan alat komunikasi yang berkuasa untuk mencetus tindakbalas emosi yang tinggi dan boleh diingati berbanding penggunaan perkataan atau teks semata-mata. Fungsi visual dalam pelaporan berita krisis berupaya membantu masyarakat untuk lebih memahami sesuatu peristiwa yang berlaku dengan jelas dan tepat. Contoh yang relevan dalam aspek ini ialah pelaporan media mengenai krisis di Lahad Datu, imej visual yang disampaikan membantu masyarakat memahami tahap krisis yang berlaku dari semasa ke semasa (Normah & Faridah, 2018).

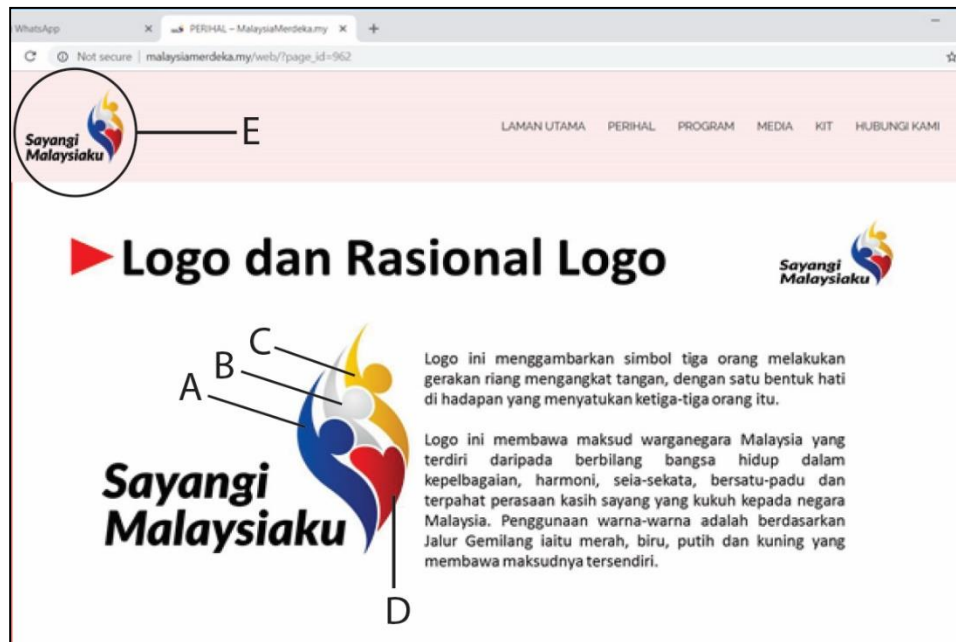
Walaupun visual merupakan suatu yang penting dalam penyampaian maklumat, fungsi media yang menghebahkannya juga tidak kurang penting. Dalam konteks kepenggunaan, media adalah elemen komunikasi yang berperanan sebagai platform penting kepada perniagaan untuk menyebarkan maklumat mengenai suatu produk, memujuk dan mempengaruhi minda seseorang pengguna untuk bertingkah laku positif terhadap produk. Ini bermaksud elemen-elemen seperti bahasa pertuturan, bahasa tubuh, penulisan, ciri interaktif dan sebagainya yang diperlihatkan oleh suatu media itu adalah faktor yang berpengaruh terhadap pembentukan persepsi dan interpretasi pengguna mengenai produk. Dalam membentuk tingkah laku pembelian, sikap kognitif dan afektif individu boleh terbina apabila suatu media itu mampu untuk menjelaskan rasa tidak pasti dan keaburan yang wujud dalam diri individu mengenai produk (Noraihan, Mohd Sobhi & Sabrina, 2016).

ANALISIS TERHADAP ASPEK VISUAL

Dalam menghurai logo Hari Kebangsaan 2018, aspek pertama yang dianalisis ialah berkaitan dengan elemen rekaan yang digunakan bagi menghasilkan logo. Elemen yang pertama ialah rupa. Berdasarkan Grafik 2, elemen rupa terdiri daripada figura manusia dan simbol hati. Elemen rekaan yang kedua ialah warna. Terdapat empat warna yang digunakan ke atas logo tersebut. Rupa yang ditanda dengan huruf "A" berwarna biru, rupa yang bertanda "B" secara visualnya ditakrifkan sebagai kelabu, rupa yang ditanda dengan huruf "C" berwarna biru, manakala rupa hati yang ditandakan dengan huruf "D" berwarna merah. Elemen ketiga yang terdapat pada logo ialah tona, iaitu keadaan terang gelap atau kadar kecerahan warna pada sesuatu unsur visual. Figura manusia dan rupa berbentuk hati mempunyai elemen tona yang ketara sekali ditonjolkan dalam logo tersebut.

Sementara itu, berdasarkan keterangan logo tersebut, warna-warna yang digunakan ke atas logo adalah terdiri daripada warna-warna yang terdapat pada bendera Malaysia seperti merah, biru, putih dan kuning. Bagaimana pun, berdasarkan dapatan daripada analisis visual logo tersebut, menunjukkan bahawa tidak ada warna putih yang digunakan ke atas rupa yang dihasilkan bagi membentuk logo. Rupa positif yang terdiri daripada figura manusia dan rupa berbentuk hati juga tidak diwarnakan dengan warna putih. Rupa figura yang bertanda huruf "B" tidak boleh ditakrifkan sebagai putih kerana rupa tersebut jelas diwarnakan dengan warna kelabu. Warna kelabu dan putih tidak boleh ditakrifkan sebagai satu warna yang sama, walaupun warna kelabu adalah dihasilkan daripada campuran warna hitam dan warna putih. Maklumat yang diberikan dalam keterangan logo Hari Kebangsaan 2018 adalah bercanggah dengan sifat sebenar logo.

Logo ini juga tidak mewujudkan rupa negatif untuk diletakkan warna putih sebagai salah satu elemen warna kepada logo tersebut. Bulatan yang bertanda huruf "E" merupakan contoh bagaimana logo tersebut diaplikasikan terhadap bahan-bahan promosi. Unsur rupa negatif tidak diwujudkan pada logo tersebut. Ini bermakna unsur-unsur rupa yang membentuk logo, akan berubah tahap kontrasnya bergantung kepada warna latar belakang suatu grafik. Kestabilan warna pada rupa, iaitu figura manusia dan rupa hati akan berubah-ubah mengikut latar warna suatu latar tempat di mana logo itu diaplikasikan.



Grafik 2: Logo dan keterangannya

Grafik 3 merupakan keadaan yang menunjukkan tahap kontras logo berbanding warna latar belakang suatu bahan promosi. Keempat-empat warna latar yang digunakan untuk analisis, menghasilkan keadaan atau kesan yang berbeza. Di atas latar berwarna putih, salah satu rupa figura manusia yang diwarnakan dengan warna kelabu kelihatan kurang kontras. Aplikasi ke atas latar yang berwarna kelabu pula telah menyebabkan rupa figura manusia yang diwarnakan dengan warna kelabu tidak kelihatan dengan jelas. Keadaan ini secara jelas telah mengubah reka bentuk logo secara keseluruhannya. Rupa figura manusia yang bilangannya tiga telah menjadi dua sahaja secara visual. Pada jarak tertentu atau jarak penglihatan yang jauh, rupa figura manusia yang berwarna kelabu tidak dapat dikesan oleh deria penglihatan manusia.

Penelitian secara terperinci ke atas logo tersebut telah menemukan elemen ruang. Elemen ruang wujud apabila saiz figura manusia dibuat dengan saiz yang berlainan. Kepala figura manusia berwarna biru merupakan yang paling besar, dengan diikuti oleh figura berwarna kelabu dan kuning. Susunan saiz daripada yang paling besar kepada yang paling kecil mewujudkan ruang perspektif terhadap sesuatu imej visual (Timothy, 2004). Keadaan perbezaan kontras ini telah mengubah reka bentuk logo dengan begitu ketara sekali. Berdasarkan analisis terhadap logo tersebut, boleh disimpulkan bahawa elemen rekaan yang terdapat pada logo Hari Kebangsaan 2018 merangkumi unsur rupa, warna, tona dan ruang sahaja.



Grafik 3: Tahap kontras logo berdasarkan warna latar belakang

Aspek kedua pula adalah tertumpu kepada perkara yang merangkumi prinsip-prinsip seni reka. Antara prinsip seni reka yang terdapat pada logo Hari Kebangsaan 2018 ialah irama, kontras, pengulangan, keseragaman, kesatuan dan penegasan. Prinsip-prinsip seni reka dalam sesuatu rekaan akan menghasilkan nilai estetika tersendiri kepada rekaan dan memberi kesan kepada penyampaian mesej melalui komunikasi visual (Timothy, 2004). Grafik 4 merupakan analisis visual logo Hari Kebangsaan 2018 berdasarkan aspek prinsip-prinsip rekaan. Prinsip pertama ialah irama. Terdapat tiga rupa figura manusia dalam logo tersebut yang disusun mengikut arah haluan irama yang sekata. Garisan merah menunjukkan figura "1" bermula dari titik "A" ke titik "b1". Kedua-dua figura yang bertanda dengan nombor "2" dan "3" juga dimulai dari titik "A" ke titik "b1". Penelitian terhadap alunan irama garisan merah, biru dan kuning menunjukkan wujudnya irama yang sekata. Keadaan ini juga secara tidak langsung telah mewujudkan prinsip keseragaman susunan visual figura manusia dalam logo tersebut. Keseragaman itu juga telah memperlihatkan unsur disiplin dalam pengurusan reka letak setiap komponen rupa dalam sesebuah logo. Prinsip irama turut diperlihatkan melalui susunan figura bermula daripada yang bersaiz besar kepada yang bersaiz kecil secara konsisten sehingga mewujudkan elemen ruang perspektif dalam logo tersebut.

Prinsip kedua yang ada dalam logo ialah pengulangan. Prinsip pengulangan ini wujud dengan terbinanya tiga figura manusia dalam logo tersebut. Walaupun rupa figura yang berada di tengah sedikit berbeza dari segi rupa, namun boleh ditakrifkan sebagai sama. Aspek irama pada figura juga, memperlihatkan keseragaman alunan. Berdasarkan analisis visual tersebut, boleh disimpulkan bahawa pengulangan merupakan salah satu prinsip yang dominan dalam rekaan logo tersebut.

Logo ini dihasilkan dengan tidak berteraskan keseimbangan simetrik, sebaliknya menggemukakan keseimbangan isometrik yang tidak berasaskan keseimbangan saiz. Titik penengah terbina melalui garisan "A – B". Garisan tersebut merupakan garisan tengah yang memisahkan bahagian kiri dan kanan logo. Saiz ruang logo di kiri dan kanan tidak sama sehingga mewujudkan ketidakseimbangan daripada sudut saiz. Namun, rupa hati dan warna merah telah

memberi keseimbangan isometrik kepada logo pada kedudukan melintang. Pada kedudukan menegak, pembahagian saiz adalah seimbang. Pembahagian garisan tengah iaitu pada titik “M” menghasilkan saiz yang sama bagi “Jarak 3” dan “Jarak 4”. Rupa hati yang berwarna merah memberikan kesan keberatan kepada bahagian bawah logo yang tidak bercanggah dengan hukum graviti, iaitu sesuatu yang lebih berat akan cepat jatuh ke bawah berbanding objek yang ringan. Pengolahan tersebut telah mewujudkan keadaan stabil pada logo dalam aspek pengurusan visual. Dalam prinsip rekaan, elemen ketebalan suatu garisan dan kegelapan suatu tona warna menghasilkan kestabilan kepada visual yang berada di bahagian bawah (Timothy, 2004).

Keseimbangan penggunaan warna bagi logo ini jika diambil daripada sudut susunan keberatan warna, didapati tidak berdasarkan turutan yang lazim. Dalam turutan keberatan warna yang lazim, warna biru merupakan yang paling berat, diikuti dengan warna merah, kuning dan kelabu cair. Namun, pereka logo hari Kebangsaan 2018 ini, telah memilih untuk mewarnakan figura yang berada di tengah (figura nombor 2) dengan warna putih. Pemilihan mewarnakan figura manusia yang berada di tengah dilakukan bagi mewujudkan keseimbangan pada kelompok figura sahaja. Warna putih perlu ditempatkan pada figura yang berada di tengah bagi mewujudkan struktur keseluruhan rupa dan irama logo tersebut (Nik Zukifli, 2018). Temubual yang dilakukan ke atas pereka logo tersebut, pemilihan warna putih ke atas figura tengah yang mempunyai hubungan dengan rupa hati akan memberikan makna tertentu. Makna tersebut mempunyai kaitan dengan makna yang diberikan kepada Jalur Gemilang yang membawa maksud warna putih melambangkan kesucian agama Islam, warna biru memberi makna perpaduan, sementara warna kuning merujuk kepada kedaulatan raja-raja Melayu. Dalam konteks logo ini, gabungan perpaduan rakyat, kedaulatan raja-raja Melayu dan didorong oleh hati yang cintakan negara, agama Islam dan prinsip-prinsip yang baik akan dipelihara oleh semua pihak (Nik Zukifli, 2018).

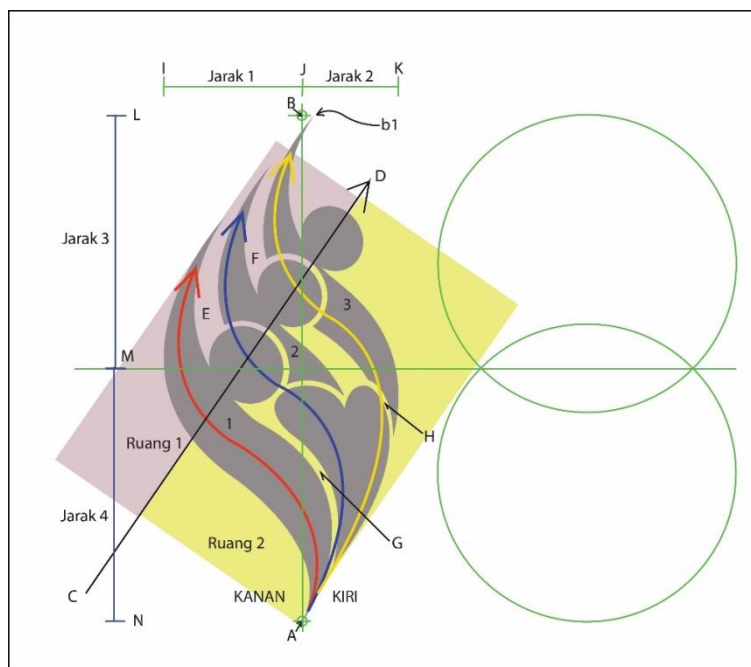
Kesatuan juga merupakan prinsip yang dominan dizahirkan secara visual. Figura manusia yang berulang dengan satu irama membentuk simbol obor yang menyala. Irama, rupa yang sama telah membentuk satu kesatuan dalam aspek rekaan. Penggunaan warna panas dan sejuk menghasilkan kombinasi seimbang kepada rekaan secara keseluruhannya. Di samping itu, prinsip penegasan turut ada dalam logo ini. Prinsip penegasan telah diolah secara berkesan dan jitu. Rupa hati seperti yang boleh dirujuk pada Grafik 2 iaitu bertanda “D” menghasilkan pusat tumpuan kepada logo. Secara teknikal, gelombang warna merah merupakan yang paling tinggi berbanding warna-warna lain dalam logo tersebut. Rupa hati tidak berulang diwarnakan dengan warna yang paling dominan telah membentuk satu penegasan kepada rekaan tersebut.

Disiplin merupakan prinsip yang berkaitan dengan pengurusan elemen dan reka letak yang ada dalam suatu rekaan bagi menghasilkan kekemasan dan kesempurnaannya (Timothy, 2004). Dalam logo Hari kebangsaan 2018 ini terdapat beberapa isu yang boleh dibincangkan secara teliti. Perkara pertama adalah berkaitan dengan satah atau paksi rekaan. Penelitian terhadap rekaan menunjukkan bahawa terdapat dua satah utama dalam rekaan ini. Merujuk kepada Grafik 4, satah pertama ialah yang bersifat menegak, iaitu garisan “A - B”. Satah kedua ialah yang bersifat condong ke kiri, iaitu garisan “C - D”. Satah “A - B” merupakan satah atau paksi bagi keseluruhan logo. Hujung logo di sebelah bawah tepat pada garisan satah atau paksi “A”, manakala hubung sebelah atas logo berakhir pada titik “b1”. Keadaan tersebut kurang

menepati prinsip disiplin bagi sesebuah rekaan logo. Hujung sebelah atas logo seharusnya berada pada titik “B” yang memastikan logo tersebut menepati prinsip disiplin yang baik. Bagi satah “C – D” pula, keadaan susunan kepala figura manusia dibuat dengan baik, iaitu menepati ciri-ciri prinsip disiplin bagi pengurusan rekaan yang baik.

Bagi pengurusan komposisi pula, isu yang timbul adalah berkaitan dengan penetapan jarak antara rupa-rupa yang ada dalam logo. Ruang bertanda “E” dan “F” kelihatan tidak sama jaraknya. Begitu juga ruang “G” dan “H” yang sepatutnya mempunyai keseragaman bagi menepati prinsip disiplin bagi sesebuah logo.

Berdasarkan analisis yang dibuat terhadap logo Hari Kebangsaan 2018 ini, boleh disimpulkan bahawa rekaan telah diolah dengan baik berlandaskan teori rekaan yang melibatkan elemen dan prinsip rekaan. Namun, rekaan ini kurang menepati prinsip disiplin yang melibatkan pengurusan rekaan. Bagaimanapun, perkara tersebut tidak menjejaskan struktur asas rekaan yang boleh menjejaskan rekaan logo secara keseluruhannya dan mengubah makna yang dijana terhadapnya.



Grafik 4: Analisis visual logo Hari kebangsaan 2018

ANALISIS TERHADAP ASPEK APLIKASI

Aspek kedua yang dianalisis ialah aspek aplikasi logo tersebut untuk tujuan publisiti kepada orang ramai. Kajian ini telah mendapatkan beberapa contoh aplikasi yang digunakan sebagai medium pemasaran logo kepada orang ramai. Foto 1 merupakan contoh penggunaan logo Hari Kebangsaan 2018 oleh Jabatan Penerangan Malaysia pada paparan jenis *Unipole*. Visual menunjukkan bahawa figura manusia yang berwarna putih tidak kelihatan secara jelas apabila kesan *drop shadow* digunakan ke atas logo tersebut. Kesan *drop shadow* digunakan ke atas logo tersebut bagi menghasilkan kesan kontras pada latar belakang paparan yang berwarna biru muda. Namun, kesan *drop shadow* yang berwarna putih telah menghilangkan figura manusia dalam logo yang berwarna putih. Dapatan tersebut menunjukkan bahawa rekaan asal logo Hari

Kebangsaan 2018 tidak dapat dilihat dengan jelas apabila warna figura manusia tidak cukup tahap kontrasnya.

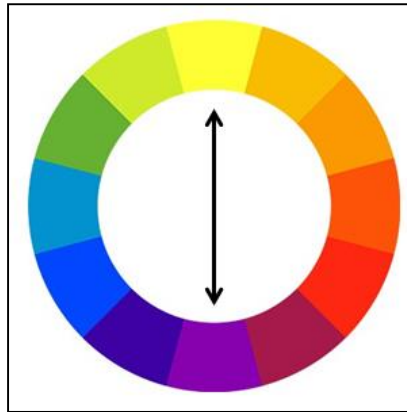


Foto 1: Aplikasi logo dalam paparan jenis *Unipole*

Grafik 5 pula merupakan contoh penggunaan logo pada infografik yang dikeluarkan oleh Pertubuhan Berita Nasional Malaysia atau BERNAMA, di laman sosialnya. Visual logo yang menunjukkan figura manusia yang berwarna kelabu bertona putih tidak kelihatan dengan begitu jelas. Keadaan tersebut adalah disebabkan tahap kontras figura manusia dengan latar belakang tidak begitu ketara. Figura manusia yang berwarna kelabu (dalam keterangan logo Hari Kebangsaan disebut sebagai putih) tidak dapat disahkan dengan jelas. Keadaan ini telah mengurangkan aspek penegasan yang menjadi salah satu prinsip rekaan disiplin seni reka. Grafik 6 merupakan warna komplementari dalam model roda warna yang menunjukkan bahawa warna yang berlawanan mempunyai kadar kontras yang tinggi. Model roda warna ini merupakan sumber rujukan bagi seseorang pereka menentukan pemilihan warna untuk mewujudkan keadaan kontras dalam rekaan visual (Timothy, 2004).



Grafik 5: Aplikasi logo pada infografik di laman social



Grafik 6: Warna komplementari

Foto 2 pula merupakan salah satu contoh penggunaan logo pada *backdrop* pentas yang digunakan oleh salah satu tadika KEMAS. Visual menunjukkan bahawa penggunaan latar belakang yang berwarna cerah tidak sesuai digunakan bagi mengaplikasikan logo Hari Kebangsaan 2018 ini. Figura manusia yang sepatutnya berwarna putih telah diwarnakan dengan warna kelabu sebagai jalan penyelesaian untuk menzahirkan figura tersebut secara visual. Isu yang timbul dalam visual pada Foto 2 tersebut adalah berkaitan dengan keupayaan penonton untuk mendapatkan keseluruhan gambaran logo yang dipamerkan akibat daripada kadar kontras yang kurang memuaskan pada figura manusia yang berwarna kelabu pada logo tersebut. Kesan daripada kekurangan kadar kontras tersebut, telah membataskan peluang penonton untuk melihat secara dengan jelas visual logo secara keseluruhannya.



Foto 2: Aplikasi logo pada *backdrop* majlis

PERBINCANGAN

Dapatan daripada analisis ke atas aspek visual dan aplikasi telah memberikan keadaan yang bertentangan. Dapatan dalam aspek visual, mendapati bahawa logo Hari Kebangsaan 2018 mempunyai ciri-ciri estetika yang baik. Bagaimanapun, terdapat satu isu yang amat besar untuk dibincangkan. Isu tersebut adalah penggunaan warna kelabu bagi mewakili warna putih. Berdasarkan keterangan logo (Grafik 2), warna-warna yang digunakan ialah terdiri daripada merah, biru, putih dan kuning. Tetapi visual telah menunjukkan bahagian yang sepatutnya berwarna putih telah diwarnakan dengan warna kelabu. Tona warna kelabu telah ditakrifkan sebagai warna putih. Sedangkan warna kelabu adalah satu warna yang tidak boleh disamakan sebagai warna putih. Keadaan ini telah menambahkan satu lagi warna bagi skema warna logo tersebut. Skema warna yang terdapat pada logo secara visual terdiri daripada warna merah, biru, kelabu dan kuning yang telah bercanggah dengan skema warna berdera Malaysia, Jalur Gemilang.

Olahan unsur berkaitan elemen dan prinsip rekaan dibuat dengan begitu cemerlang sekali. Tetapi dalam aspek aplikasi logo pada bahan-bahan promosi, telah menjejaskan keupayaan dalam menonjolkan elemen visual logo sepenuhnya. Terdapat elemen visual iaitu figura manusia berwarna putih tidak jelas kelihatan apabila menggunakan latar belakang berwarna cerah. Penggunaan warna kelabu pada figura manusia tanpa elemen garisan telah mengurangkan kesan visual logo secara keseluruhannya. Keseluruhan logo terutamanya figura manusia yang berwarna putih tidak jelas untuk dilihat secara visual jika warna latar belakang medium berwarna terang.

Ketiadaan rupa negatif yang boleh dijadikan latar belakang atau tapak logo telah menghalang kecemerlangan logo dalam aspek aplikasi atau gunaannya. Penggunaan rupa negatif pada logo akan menyelamatkan logo dalam perkara yang melibatkan isu-isu yang berkaitan dengan kontras pada latar belakang medium yang digunakan. Seperti mana yang telah ditunjukkan pada Grafik 3, logo Hari Kebangsaan 2018 ini tidak menimbulkan isu yang berkaitan dengan kontras jika latar belakang medium yang digunakan berwarna gelap. Penggunaan warna gelap sebagai latar belakang logo akan menyelamatkan logo daripada masalah yang berkaitan dengan kontras.

Grafik 7 pula merupakan cadangan penambahbaikan logo bagi menyelesaikan masalah untuk mendapatkan tahap kontras yang baik. Logo bertanda "A" menggunakan skema warna bendera Malaysia yang terdiri daripada warna biru, merah, kuning dan putih. Rupa figura manusia diwarnakan dengan warna biru, merah dan kuning. Rupa hati pula diwarnai dengan warna merah. Latar belakang yang dibentuk mengikut rupa figura dan hati diwarnakan dengan warna putih supaya membentuk rupa negatif kepada logo. Latar belakang tersebut menjadi sebahagian daripada logo. Dengan adanya rupa negatif tersebut, penggunaannya pada sebarang warna tidak akan menimbulkan masalah kepada reka bentuk logo secara keseluruhannya.

Logo yang bertanda "B" pula telah dibuat dengan menambahkan elemen garisan pada figura manusia yang berwarna kelabu (asal). Figura yang asalnya berwarna kelabu telah ditukar kepada warna putih agar selaras dengan skema warna bendera seperti yang dinyatakan dalam keterangan logo pada Grafik 2. Cadangan logo yang bertanda "B" juga akan menyelesaikan masalah kontras yang dihadapi apabila aplikasi logo pada latar warna terang dilakukan.

Sementara itu, logo yang bertanda “C” pula adalah logo “B” yang telah ditambah elemen garisan di sekeliling logo agar mendapat keseimbangan rupa secara keseluruhannya. Logo “C” dapat menyelesaikan masalah kontras dan juga keseimbangan rupa. Ketiga-tiga cadangan logo ini, iaitu logo “A”, “B” dan “C” tidak mengubah idea asal logo Hari Kebangsaan 2018, tetapi lebih kepada cadangan untuk menambah baik dari aspek penggunaannya pada latar belakang yang berwarna terang.



Grafik 7: Cadangan penyelesaian masalah kontras pada latar belakang yang berwarna terang

Foto 3 merupakan gambaran visual logo bertanda “A”, “B” dan “C” jika logo tersebut diaplikasikan pada paparan sebenar. Logo bertanda “A” didapati figura manusia yang berwarna kuning kelihatan lebih besar, namun rekaan tersebut tidak menghilangkan elemen-elemen rupa lain yang terdapat dalam logo tersebut. Manakala logo bertanda “B” dan “C” lebih jelas kelihatan dengan begitu sempurna sekali berbanding logo asal.

Berdasarkan analisis struktur reka bentuk dan aplikasi pada perenggan sebelum ini, boleh disimpulkan bahawa rekaan logo Hari kebangsaan 2018 ini perlu diberikan perhatian yang khusus terhadap aspek disiplin reka letak dan juga aplikasi. Aspek aplikasi logo mempunyai hubungan dengan aspek teori komunikasi visual. Ketepatan atau kesempurnaan aplikasi pada medium berdasarkan teori komunikasi visual akan menjamin kesempurnaan penyampaian mesej visual kepada penonton yang akan mentafsir makna yang hendak disampaikan oleh organisasi kepada mereka. Ketidajelasan elemen rupa secara langsung akan menjejaskan proses penyampaian makna kepada penonton. Dalam aspek ini, warna yang tidak jelas pada figura bukan sahaja menjejaskan struktur logo, tetapi turut menjejaskan penyampaian mesej visual kepada penonton. Dalam komunikasi visual, aspek estetika bukanlah elemen yang menjadi penekanan utama. Sebaliknya, kejelasan suatu elemen yang menghasilkan maksud tertentu menjadi fokus utama yang mesti difikirkan oleh pereka logo. Andaian dan jangkaan penggunaan warna dalam sesuatu aplikasi perlu difikirkan secara mendalam agar segala elemen dalam logo dapat dilihat secara jelas oleh penonton.

Semasa proses penyampaian maklumat, terdapat beberapa gangguan komunikasi berlaku akibat daripada penggunaan warna yang tidak sesuai. Penggunaan warna latar yang kurang sesuai seperti contoh yang ditunjukkan pada Grafik 5 dan Foto 2 jelas menunjukkan bahawa terdapat gangguan komunikasi. Rupa figura manusia berwarna putih tidak kelihatan secara kontras. Pada Grafik 5 dan Foto 2, gangguan komunikasi berpunca daripada penggunaan latar belakang berwarna cerah yang menjadikan figura manusia berwarna putih kurang jelas. Pada Foto 3, gangguan komunikasi terjadi akibat penggunaan warna latar belakang yang kurang

kontras dan kesan grafik *drop shadow* yang berwarna putih telah menghilangkan bentuk figura manusia yang berwarna putih pada grafik. Boleh disimpulkan bahawa gangguan komunikasi semasa aplikasi logo pada sesuatu medium telah menyebabkan mesej komunikasi visual telah terjejas.



Foto 3: Gambaran visual logo pada paparan

Berdasarkan kepada isu-isu yang dibangkitkan ini, jelas menunjukkan bahawa medium iaitu poster, paparan, *backdrop* dan lain-lain bahan visual bukanlah menjadi perkara yang menjelaskan keupayaan penonton dalam penerimaan mesej visual. Apa yang menjadi persoalan utama adalah berkaitan hal-hal teknikal pemilihan warna pada elemen rupa yang membentuk logo Hari Kebangsaan 2018 tersebut. Pemilihan warna yang sesuai pada setiap elemen rupa dalam logo memberi kesan signifikan terhadap logo Hari Kebangsaan 2018 dalam aspek yang melibatkan prinsip rekaan. Keadaan ini juga turut memberi kesan langsung dalam proses komunikasi visual yang menyampaikan mesej secara visual.

Dalam konteks Logo Hari Kebangsaan 2018 ini, aspek struktur reka bentuk bukan menjadi perkara yang dikritik. Apa yang mendasari kritikan adalah melibatkan pemilihan warna yang sesuai pada elemen rupa bagi menjamin penggunaan logo sesuai untuk semua keadaan, tempat dan latar warna tempat logo tersebut dipamerkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan struktur rupa bentuk, logo Hari Kebangsaan 2018 merupakan suatu rekaan yang menarik dan unik. Boleh disimpulkan bahawa penciptaan logo Hari Kebangsaan 2018 ini dibuat berdasarkan elemen dan prinsip rekaan yang baik. Namun, kekurangan yang ketara pada logo tersebut adalah tertumpu kepada penggunaan warna putih (kelabu secara visual) pada figura manusia yang tidak kontras dengan latar belakang. Ketiadaan rupa negatif pada logo juga telah menghilangkan keupayaannya dalam aspek komunikasi visual. Penambahbaikan logo tersebut akan menambah keupayaannya sebagai alat penyebaran maklumat dan promosi, yang secara dasarnya tidak menjejaskan reka bentuknya secara keseluruhan.

Logo merupakan satu alat atau unsur yang paling penting dalam membina identiti dan komunikasi. Simbol yang membentuk identiti haruslah kelihatan dengan jelas dalam apa jua keadaannya. Dalam konteks sebuah logo, warna latar belakang menjadi sesuatu yang perlu diambil berat oleh para pereka komunikasi visual. Kejelasan suatu rupa, bentuk dan simbol yang membentuk logo sangat penting, supaya setiap makna yang dijana adalah sama dengan makna yang ditafsir oleh penonton (orang ramai). Jika makna yang hendak disampaikan oleh penyampai maklumat tidak sama dengan makna yang ditafsir oleh penerima maklumat, matlamat komunikasi bagi sesebuah logo itu tidak akan tercapai.

BIODATA

Marzudi Md Yunus merupakan pensyarah kanan di Jabatan Sosio-Budaya/Kesenian Melayu, Akademi Pengajian Melayu, Universiti Malaya. Emel: marzudi@um.edu.my

Nuryuhanis Mohd Nasir merupakan pensyarah kanan di Jabatan Sosio-Budaya/Kesenian Melayu, Akademi Pengajian Melayu, Universiti Malaya. Emel:Yuhanis83@um.edu.my

Nurul Haniza Samsudin merupakan pensyarah kanan di Jabatan Bahasa Melayu, Akademi Pengajian Melayu, Universiti Malaya. Emel: Haniza_85@um.edu.my

RUJUKAN

- Anom. (2016). *Logo Hari Kebangsaan*. Putrajaya: Jabatan Penerangan Malaysia.
- Hamidah Abdul Hamid. (1995). *Pengantar estetik*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Hanafi Mohd Tahir, Normah Mustaffa, & Wan Amizah Wan Mahmud. (2018). Peranan visual reka bentuk kulit buku terhadap kemudahbacaan khalayak. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(4), 271-284.
- Jonathan, D. (2018). *The pointof art*. Diperolehi daripada [https://www.intellectbooks.com/MediaManager/File/visualarts\(final\)web.pdf](https://www.intellectbooks.com/MediaManager/File/visualarts(final)web.pdf)
- Knobler, N. (1966). *The visual dialogue: An introduction to the appreciation of art*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Lester, P. L. (2006). *Visual communication - Images with message*. Edisi ketiga. United State: Wadsworth/Thomson Learning.
- Marzudi Md Yunus. (2005). Descriptive research on the various elements of emblems as accessories for motorcycles (Tesis Sarjana, University Teknologi Mara, Shah Alam, Malaysia).
- Masri, A. (2010). *Strategi visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Meggs, P. B. (1989). *A history of graphic design*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Mohamed Ali. (1991). *Sejarah seni dunia*. Shah Alam: Biroteks, Institut Teknologi Mara.
- Mohd. Sidin Ahmad Ishak, & Noorbathi Haji Badaruddin. (2002). *Asas periklanan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Muhammad Aslah Akmal Azmi, & Mohd Samsudin. (2018). Propaganda British di Tanah Melayu pada Zaman Perang Dunia Pertama (1914-1916). *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(4), 19-41.
- Nik Zulkifli Nik Hitam. (2018). *Rasional logo Hari Kebangsaan 2018*. Diperolehi daripada http://malaysiamerdeka.my/web/?page_id=330
- Noraihan Mohamad, Mohd Sobhi Ishak, & Sabrina Mohd Rashid. (2016). Keputusan pembelian: Jalinan antara media cetak, media atas talian dan media bersemuka. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 32(1), 124-139.
- Normah Mustaffa, & Faridah Ibrahim. (2018). Pembungkai visual berita krisis Lahad Datu. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(1), 170-184.
- Nurul Aishah Mohd Radzi, Normaliza Abd Rahim, & Nor Azuwan Yaakob. (2018). Wacana tekstual dalam iklan selebriti. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(4), 198-213.
- Parker, L. D. (1989). *Applied graphic communication*. South Melbourne: The Macmillan Company of Australia PTY. LTD.
- Saiful Akram. (2018). *Propaganda visual pada era penaklukan Jepun*. Kuala Lumpur: Institut Terjemahan dan Buku Malaysia.
- Timothy, S. (2004). *Design elemens: Understanding the rules and knowing them to break them*. Singapore: Page One Publishing Private Limited.