

Tinjauan Proses Kreatif Perancangan Logo Pameran Biennale Jogja XI – XVI Equator (2011-2021)

Happy Rolitasari¹, Sudjadi Tjipto Raharjo²

¹Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Email: happy.rolitasari@gmail.com

²Dosen Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Email: sudjadi1980@gmail.com

Abstrak: Logo merupakan bagian dari identitas visual yang memiliki peran penting dalam mewakili identitas visual penyelenggara pameran. Logo tidak pernah luput dan selalu tampil pada setiap publikasi cetak maupun digital, namun keberadaannya masih jarang diperbincangkan. Dalam membuat sebuah tampilan logo melewati proses penggalan ide, kepaiawaian perancang menerjemahkan teks kuratorial dan gagasan tema pameran sehingga menemukan visualisasi logo sesuai dengan yang diharapkan. Penelitian ini mengidentifikasi tampilan visual logo Biennale berdasarkan keilmuan DKV, meliputi bentuk logo, warna dan tipografi dan makna logo serta proses kreatif perancangan logo dari sisi desainernya. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data triangulasi yang ditinjau menggunakan teori desain komunikasi visual. Temuan penelitian bahwa tampilan visual logo pameran Biennale Jogja XI-XVI Equator selalu berbeda, hal ini terjadi karena konsep perancangan logo telah ditentukan oleh tim kurator sedari awal. Perbedaan kerjasama antar *agency* atau desainer individu memunculkan juga karakteristik desain logo pameran yang beragam.

Kata Kunci: Logo, Biennale Jogja Equator, Proses Kreatif

Abstract: *The logo is part of the visual identity, essential in representing the exhibition organizer's visual identity. The logo never escapes and always appears in every print and digital publication, but its existence still needs to be discussed. In creating a logo, the process of generating ideas is carried out, and the designer's expertise is translating the curatorial text and the idea of the exhibition's theme so that the visualization of the logo is as expected. This research identifies the visual appearance of the Biennale logo based on graphic design, including logo shape, color, and typography and the meaning of the logo as well as the creative process of designing the logo from the designer's point of view. The research uses qualitative research methods using triangulation data collection methods reviewed using visual communication design theory. The research finding is that the visual appearance of the Biennale Jogja XI-XVI Equator exhibition logo is always different. It happens because the curatorial team has initially determined the logo design concept. The difference in cooperation between agencies or individual designers also raises the various characteristics of exhibition logo designs.*

Keywords: Logo, Biennale Jogja Equator, Creative Proses

PENDAHULUAN

Lalu lintas seni yang berlalu-lalang di Yogyakarta beserta potensi pendukung didalamnya menjadi buah kesempatan untuk kehadiran Biennale Jogja (BJ) sebagai festival pameran dengan fokus seni rupa yang bertaraf internasional sekaligus menandai tumbuh dan berkembangnya pameran seni di Indonesia.

Tahun 1988 merupakan awal permulaan Biennale yang kemudian terus dihelat setiap dua tahun sekali di Yogyakarta. Biennale memamerkan banyak karya seni dari berbagai seniman yang turut serta berpartisipasi. Konsistensi penyelenggaraan ini membukakan banyak peluang serta pemikiran baru untuk perkembangan pameran yang lebih terkelola dan terkonsep. Penyelenggaraan pameran tidak hanya fokus pada seniman dan karyanya, namun juga manajerial yang mengelola agar pameran terlaksana dengan baik.

Mulai tahun 2010 Biennale Jogja menjadi agenda pameran dua tahunan yang diorganisasi oleh Yayasan Biennale Yogyakarta (YBY). Melalui pengelolaan dan visi baru YBY lahirlah Biennale Jogja seri Equator sebagai bentuk strategi berkelanjutan yang berbeda dari sebelumnya. Biennale Jogja seri Equator merupakan tema besar yang diangkat dan bekerja sama dengan satu atau lebih negara kawasan di sekitar Khatulistiwa. Dengan harapan equator (khatulistiwa) menjadi titik awal sekaligus *platform* bersama yang menggunakan batasan garis khatulistiwa untuk melintasi bola dunia sebagai praktik nyata menjelajahi dan membaca ulang dunia.

Semenjak dikelola oleh YBY, Biennale Jogja menegaskan posisinya dalam skema seni kontemporer. Menurut (Utama, 2020)¹ tema utama Equator membawa 3 gagasan yang amat penting yaitu, budaya khatulistiwa sebagai konteks, khatulistiwa dan konteks sosial politik global, serta konteks delokoni seni. Penentuan wilayah kawasan kerjasama tidak serta merta memilih dengan begitu saja, namun melalui proses panjang melalui riset mendalam. Sehingga ditemukan tema turunan yang menjadi judul pameran sesuai dengan negara atau kawasan kerjasama.

Sampai pada tahun 2021 Biennale Jogja telah digelar sebanyak 16 kali. Sedangkan Indonesia bersama Kawasan Asia Pasifik menjadi penutup rangkaian perjalanan Biennale Jogja seri Equator

pertama sebagai pameran berkelanjutan dalam pengelolaan YBY. Sebagai pameran seni berskala besar, YBY memahami pentingnya identitas visual membangun sebuah *image* Biennale Jogja seri Equator untuk mendapat atensi dan eksistensi, khususnya dalam hal mempromosikan acara.

Logo merupakan bagian kecil dari identitas visual yang divisualisasikan oleh perancang dan memiliki peran cukup penting untuk mewakili identitas penyelenggara pameran. Logo tidak pernah luput dan selalu tampil pada setiap publikasi cetak maupun digital, namun barangkali keberadaannya saat ini jarang diperbincangkan. Sedangkan dalam membuat sebuah tampilan identitas visual melewati proses-proses penggalan ide, kepiawaian perancang menerjemahkan bahasa kuratorial dan gagasan tema hingga menemukan visualisasi sesuai dengan yang diharapkan. Sementara itu, logo menjadi aset utama yang digunakan berkaitan dengan penawaran kerjasama dengan seniman, pendukung dana, administrasi dari sebelum waktu pameran dimulai sampai setelah penyelenggaraan selesai.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi tampilan secara keseluruhan meliputi bentuk logo, warna dan tipografi yang digunakan, mengetahui proses kreatif perancangan logo pada tiap pameran, serta untuk mengetahui makna yang terkandung dalam logo dan elemen visual pameran Biennale Jogja XI – XVI Equator (2011-2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif untuk menjawab rumusan permasalahan. Menurut (Soewardikoen, 2019)², kualitatif mengacu pada sifat postpositivisme sebagai landasan metode penelitian untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah dengan peneliti sebagai instrument kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara dan dokumentasi) data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis.

a. Observasi

Peneliti sebagai *human instrument* yang terlibat dalam kepanitian pameran Biennale Jogja XVI 2021. Dengan demikian, secara tidak langsung menjadi sumber kekuatan pengamatan yang begitu berarti, peneliti memiliki pemahaman secara fungsi menggunakan logo sebagai mana mestinya, namun peneliti tetap harus melakukan observasi terhadap logo Biennale seri Equator secara keseluruhan untuk memperoleh data yang lebih komprehensif.

b. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap perancang logo atau orang-orang yang terlibat dalam pameran Biennale Jogja XI – XVI Equator (2011-2021) untuk mendapatkan perolehan data yang tidak hanya dari sudut pandang perancang, namun juga mewakili pihak penyelenggara.

a. Dokumentasi

Pengumpulan sumber data berupa studi dokumen yang dapat berbentuk tulisan, gambar, video, atau karya yang mendukung sesuai dengan obyek yang diteliti. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan meminjam buku arsip milik Yayasan Biennale Yogyakarta yaitu katalog Biennale Jogja XI – XVI Equator (2011-2021) serta buku terbitan terkait tentang Biennale Jogja Equator, *newsletter*, arsip-arsip data yang dapat diakses melalui internet, *website*, sosial media Biennale Jogja.

Analisis data dilakukan setelah peneliti menguraikan hasil penelitian yang didapatkan yaitu dengan menghubungkan antara rumusan masalah dan kerangka teori dengan data yang diperoleh. Penelitian ini menggunakan analisis dasar DKV Surianto Rustan dan hasil analisisnya dideskripsikan dengan menjabarkan keseluruhan data yang diperoleh untuk menemukan tinjauan proses kreatif logo perancangan pameran Biennale Jogja XI – XVI Equator (2011-2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Logo Biennale Jogja Equator

Penelitian ini mengambil sampel pada publikasi poster pameran Biennale Jogja Equator karena setiap poster mencantumkan logo sebagai identitas visual

untuk menandai masing-masing perhelatan. Berikut ini temuan objek penelitian 6 logo pada Pameran Biennale Jogja XI-XVI Equator (2011-2021):



Gambar 1 : poster Biennale Jogja Equator

a. Bentuk Logo Equator #1



- 1) Bentuk visual berupa logotype tanpa elemen gambar, yang diposisikan miring kekanan dengan turunan warna biru.

BIENNALE JOGJA XI – EQUATOR # 1
SHADOW LINES: INDONESIA MEETS INDIA
26.11.2011 – 8.1.2012

- 2) Logo ini dirancang oleh Mie Cornoedus dengan konsep logo yang dikutip dari karya tesis (Arief, 2013) melalui kerja sama dengan India ingin membangun dialog budaya bangsa seputar khatulistiwa. Bentuk identitas visual direpresentasikan sebagai peta dua dimensi yang menggambarkan gabungan kepulauan Indonesia dan India dalam kawasan Asia Selatan yang bermuara di Pulau Jawa. Inilah sebabnya, titik pada peta tidak diposisikan sama seperti peta konvensional. Sedangkan pada bagian kanan bawah terdapat logotype yang sengaja dibuat rotasi miring. Baik abstraksi peta dua dimensional, teks dan garis-garis horizontal disusun sedikit diagonal. Sedangkan warna pada peta biasanya digunakan untuk membedakan

objek, memberi kualitas-kuantitas simbol peta dan untuk keperluan estetik peta.

b. Bentuk Logo Equator #2



Gambar 2 : Logo Biennale Jogja Equator #2

- 1) Bentuk visual logo terdiri dari dua macam yaitu logotype disebelah kiri sebagai judul pameran, sedangkan sebelah kanan berupa kombinasi logo yang memuat nama pameran Equator. Kedua logo menggunakan unsur warna kuning kecoklatan pada judul pameran dan 6 lingkaran.
- 2) Bentuk verbal tertulis:
(kiri) judul pameran:
“NOT A DEAD END”
(kanan) nama pameran Equator:
“BIENNALE JOGJA XII EQUATOR #2”
- 3) Logo ini dirancang oleh Anang Saptoto (Koordinator Tim Desain) dengan konsep logo mengambil dari sampel salah satu foto hasil dokumentasi dari Direktur dan Kurator yang melakukan survei ke kawasan Arab. Pemilihan warna kuning keemasan merepresentasikan warna-warna yang mendekati kekhasan Jazirah Arab, seperti warna tanah gurun, warna suhu panas. Sedangkan banyaknya lingkaran untuk menandai persebaran wilayah kerjasama dalam perhelatan Biennale Jogja Equator.

c. Bentuk Logo Equator #3



Gambar 3 : Logo Biennale Jogja Equator #3

- 1) Bentuk Visual Logo pameran Equator berupa kombinasi logo huruf dan elemen garis dengan posisi bersilang kekanan dan

kekiri membentuk angka romawi XIII. Sedangkan logo judul berada di kanan memuat judul, tanggal pameran serta negara kerjasama. Kedua logo sama-sama menggunakan warna biru tua dan warna hijau hanya terdapat pada garis silang.

2) Bentuk verbal tertulis:

(kiri) nama pameran Equator
Equator #3

BIENNALE JOGJA XIII

(kanan) tertulis judul, tanggal pameran dan negara kerjasama
Hacking Conflict.

1 November – 10 Desember 2015
Indonesia Meets Nigeria

- 3) Logo dirancang oleh Yazied Syafaat (Srengenge Idea Labs) yang sekaligus menjadi seniman dalam pameran tersebut. Konsep logo “Hacking Conflict” ingin menampilkan keteraturan dalam kekeosan yang dihadapi oleh Indonesia maupun Nigeria. Tata letak dibuat seperti gaya desain punk anti kemapanan atau kolase yang tidak beraturan untuk merepresentasikan keos. Namun terkesan ada pergerakan (*irama*) dari aturan angka romawi yang susunannya semakin mengecil sehingga tampak estetik. Pemilihan warna hijau untuk mewakili warna bendera dan timnas Nigeria sebagai kawasan kerjasama. Sedangkan warna biru tua memaknai keselarasan, bahwa dari kekeosan ini ada ketenangan.

d. Bentuk Logo Equator #4



Gambar 4 : Logo Biennale Jogja Equator #4

- 1) Bentuk visual
Logo judul pameran (kiri) berupa kombinasi huruf dan elemen garis vertikal berwarna kuning melintang huruf (*strikethrough*) ST dan LESSNESS

Logo Equator #4 (kanan) berupa perpaduan huruf dan elemen gambar sebagai maskot dengan *background* warna kuning.

- 2) Bentuk Verbal
(kiri) judul pameran
STAGE OF HOPELESSNESS
(kanan) nama pameran Equator
EQUATOR #4
BIENNALE JOGJA XIV
#MEETSBRAZIL
- 3) Logo dirancang oleh Libstud; Farid Stevy Asta, Elang dan Gilang Ruslan. Konsep logo dari perkembangan dari kampanye pada program Festival Equator bertema “Organizing Chaos” yang menampilkan kekacauan visual jalanan atau beberapa titik ruang publik hingga mengganggu kenyamanan sekitar. Hasilnya dikombinasikan dengan karya seniman Yunizar untuk divisualisasikan menjadi 5 ikon dalam identitas visual, salah satunya diaplikasikan pada logo. Warna yang dipakai adalah warna-warna kontras yang mengambil dari warna primer dan turunannya; merah, kuning, hijau, biru dan hitam. Sedangkan pada logo judul “STAGE OF HOPELESSNESS” yang tercoret untuk merepresentasikan kekacauan iklan-iklan yang terdapat pada visual jalanan.

e. Bentuk Logo Equator #5



Gambar 5 : Logo Biennale Jogja Equator #5

- 1) Bentuk visual logo judul pameran berupa kombinasi huruf dan gambar ayunan yang kaitnya lepas satu. Sedangkan logotype nama pameran terletak disebelah kanan. Kedua logo hanya menggunakan warna biru tua saja.
- 2) Bentuk Verbal

(kiri) bertuliskan judul pameran:

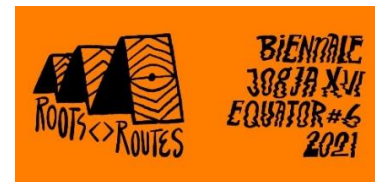
**DO WE LIVE
IN THE SAME
PLAYGROUND?**

(kanan) bertuliskan nama pameran
Equator:

BIENNALE JOGJA XV 2019

- 3) Logo dirancang oleh Atalya Advena sesuai dengan brief yang diberikan oleh kurator pameran. Diwujudkan sebagai bentuk kritik terhadap pemerintah mengesampingkan kota-kota ‘pinggiran’ logo diwujudkan dengan mengambil komposisi menyerupai logo-logo pemerintah namun sengaja dibentuk rusak, low resolution, dan dibuat threshold fotocopyan dengan gaya desain yang oldskul dan layout yang lawas. Sedangkan ilustrasi yang dipakai merupakan karya salah satu seniman yang terlibat.

f. Bentuk Logo Equator #6



Gambar 6 : Logo Biennale Jogja Equator #6

- 1) Bentuk visual
(kiri) Logo judul pameran berupa kombinasi teks dan elemen gambar.
(kanan) Logo nama pameran Equator berupa logo teks dengan jenis huruf yang sudah termodifikasi. Keduanya hanya menggunakan satu warna hitam dengan background berwarna oranye.
- 2) Bentuk Verbal
(kiri) bertuliskan judul pameran:
ROOTS <> ROUTES
(kanan) bertuliskan nama pameran
Equator:
**BIENNALE JOGJA XVI EQUATOR #6
2021**
- 3) Logo dirancang oleh Tim Banteng; Doni Maulistya (Koord), Wulang Sunu (Pankun Studio) dan, Garuda Palaka (Pankun Studio).

Menampilkan direksi dengan kesan *playful, fun* dan *adventurous* yang berasal dari tiga poin kuratorial pameran sebagai perjumpaan budaya yang menyenangkan, diskursus mengenai dekolonisasi seni dan kebudayaan, serta kritik atas permasalahan kontemporer. Keseluruhan identitas visual pada ilustrasi dan hurufnya digambar manual dengan teknis *hand drawn* untuk memberi kesan natural dan karakteristik melalui pembacaan kehidupan di Oseania yaitu masyarakat Micronesia, Melanesia, dan Polinesia.

Supergrafis berupa 23 ikon ilustrasi yang merupakan bentuk dari hasil *microscopic* biota laut sebagai perwujudan melihat problematika paling kecil / kontemporer di Oceania. Dari salah satu aset supergrafis ini diturunkan menjadi bentuk ilustrasi pada logo dengan perwujudan mata menggambarkan kepriawaian mereka mencermati alam. Bentuk ini terinspirasi dari ombak yang bergerak, menggunakan garis-garis tegas seperti pada peta *mattang chart* yang digunakan masyarakat Micronesia untuk mencatat arus dan gelombang hingga letak pulau di tengah laut lepas berlayar.

Penggabungan judul dengan logogram memilih menggunakan huruf yang digambar tangan untuk menciptakan kesan yang natural serta adaptif. "Roots" ditempatkan pada bagian belakang logogram mewakili semua yang ada di awal. Tanda kurung sudut (*angle brackets*) yang dibentuk juga dari turunan karakter aset supergrafis. Lalu "Routes" di sisi depan untuk mewakili semua yang terjadi di masa mendatang.

Sedangkan warnanya mengadaptasi dari warna langit di atas lautan wilayah Oseania saat pagi, siang dan lembayung sore. Warna oranye yang digunakan untuk kebutuhan program utama pameran termasuk pada logo. Lalu warna biru yang digunakan untuk kebutuhan program bilik negara. Serta warna ungu untuk kebutuhan program pameran arsip.

2. Analisis Desain Komunikasi Visual

Analisis berdasarkan teori Desain Komunikasi Visual meliputi bentuk logo, unsur warna dan tipografi sebagai berikut:

a. Analisis Bentuk Logo

Berdasarkan bentuk 6 tampilan logo ditemukan bahwa masing-masing logo mencantumkan tulisan nama pameran Equator romawi, nama equator itu sendiri, serta judul



pameran. Apabila dicermati dari perkembangan logo Equator, dapat dikatakan bahwa logo Equator #1 menjadi logo yang paling lengkap dan sangat jelas mencakup keseluruhan informasi. Tetapi karena logo tersebut tunggal dan secara ukuran cukup lebar maka memerlukan ruang yang banyak agar bisa terbaca dengan jelas. Logo semacam ini cocok untuk digunakan sebagai judul cover buku.

Mulai Equator #2 sampai dengan Equator #6 logo dibedakan menjadi logo nama pameran romawi dan judul karya supaya lebih jelas keterbacaannya. Begitu pun juga ketika diaplikasikan pada media sesuai dengan kebutuhannya. Sementara itu, tulisan negara kerja sama hanya terdapat pada logo Equator #3, Equator #3, dan Equator #4. Tanggal pameran hanya tertulis pada logo Equator #1, Equator #5 dan Equator #6. Secara keseluruhan penempatan nama pameran sangat variatif tiap logo Equator dan tidak ditemukannya konsistensi.

b. Analisis Warna Logo

Dari 6 tampilan logo Biennale Jogja ditemukan hasil bahwa masing-masing unsur logo menggunakan warna yang variatif. Unsur warna hitam hanya terdapat pada logo Equator #2, Equator #4, dan Equator #6. Namun warna yang ada pada logo judul dan pada logo nama pameran selaras saling berhubungan.

c. Analisis Tipografi Logo

Dari 6 tampilan logo ditemukan bahwa pada Equator #1 sampai dengan Equator #5 menggunakan tipografi *sans serif* sedangkan Equator #6 menggunakan tipografi *script* atau *hand drawn*. Dengan tipe huruf *sans serif* membuat logo mudah secara keterbacaan.

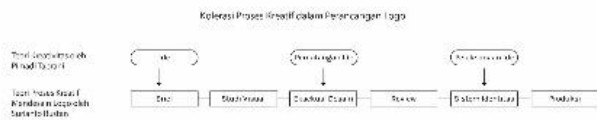
Secara keseluruhan hasil analisis Desain Komunikasi Visual dapat disimpulkan bahwa perancangan logo Biennale Jogja Equator XI-XVI memenuhi teori Desain Komunikasi Visual karena

terdapat unsur bentuk logo, unsur warna dan unsur tipografi. Dari segi visual bentuk antar logo beragam dan tidak ada kesamaan secara konsistensi berdasarkan unsur bentuk logo, unsur warna dan unsur tipografi. Selain itu, mulai Equator #2 bentuk logo terbagi menjadi dua yaitu nama pameran Equator dan judul pameran. Hal ini membuat logo jauh lebih efektif secara fungsional ketika diaplikasikan dalam berbagai media.

Penyebutan nama pameran Biennale Jogja secara verbal terdiri dari nama program pameran dengan angka romawi, nama equator dengan tagar dan angka, tahun pelaksanaan, negara kerjasama, nama judul pameran seperti pada gambar di atas. Namun bentuk visualisasi penyebutan dan penempatan antar logo sangat variatif. Berdasarkan wawancara dengan perancang, salah satunya Pankun Studio, disebutkan bahwa (saat itu) belum ada spesifikasi atau permintaan khusus dari penyelenggara.

3. Proses Kreatif Logo Biennale Jogja Equator

Seperti halnya membentuk sebuah entitas Biennale Jogja secara gagasan dan wacana-wacana yang diharapkan, dalam membuat Identitas Visual khususnya logo turut melewati proses-proses kreatif sehingga dapat menampilkan logo Biennale Jogja yang tidak hanya estetika secara tampilan, tetapi juga terdapat *value* menyesuaikan dengan tema dan konsep yang ada.



Menurut Tabrani (2006), secara umum kreativitas dapat diperoleh melalui 3 alur yaitu ide, pematangan ide dan pelaksanaan ide. Sedangkan menurut Suriyanto Rustan proses perancangan logo lebih dijabarkan lagi secara spesifik meliputi brief, studi visual, eksekusi desain, review, sistem identitas sampai pada tahap produksi. Kedua teori ini memiliki korelasi yang sama dalam proses kreatif perancangan logo dan mempermudah penulis untuk menganalisis. Adapun alur proses kreatif perancangan Biennale Jogja XI-XVI Equator (2011-2021) sebagai berikut:

a. Brief

Secara struktural kerja kepanitiaan Biennale Jogja berawal dari tema besar Equator oleh Yayasan Biennale Yogyakarta, yang ditanggungjawabkan oleh Direktur Pameran untuk mengelola pameran secara keseluruhan. Kemudian, gagasan tema dan hasil karya seniman dikembangkan menjadi narasi teks kuratorial oleh kurator pameran. Dari gagasan teks kuratorial ini

menjadi *brief* yang kemudian turunkan kepada perancang untuk memvisualisasikan identitas visual Biennale Jogja Equator secara menyeluruh termasuk logo didalamnya.

1) Biennale Jogja XI Equator #1 2011

Dalam penelitian ini penulis tidak melakukan wawancara langsung terhadap Mie Cornoedus sebagai perancang logo, namun peneliti mendapatkan informasi berdasarkan tinjauan tesis Katalog yang dilakukan oleh Lukman Arief, hasil olah wawancara dengan Anang Saptoto selaku desainer yang melakukan eksekusi terhadap logo tersebut serta informasi dari buku terbitan katalog Equator #1.

Pameran ini bekerjasama dengan Negara India berjudul “Shadow Lines”. Brief diperoleh dari Kurator yaitu Alia Swastika dan Suman Gopinath dengan fokus tema yang mengangkat “Religiusitas, Spiritualitas, Kepercayaan dan Keberagaman”.

2) Biennale Jogja XII Equator #2 2013

Pameran ini bekerjasama dengan Negara Jazirah Arab berjudul, “Not A Dead End”. Anang Saptoto sebagai perancang mendapatkan brief dari Kurator Agung Hujatnikajennong dan Sarah Rifky (Mesir), serta Farah Wardani sebagai Direktur Artistik.

3) Biennale Jogja XIII Equator #3 2015

Pameran ini bekerjasama dengan Negara Nigeria berjudul, “Hacking Conflict”. Yazied Syafaat sebagai perancang logo menerima brief yang telah dirumuskan oleh Kurator Wok The Rock dan Jude Agnowih (Nigeria), Direktur Artistik Rain Rosidi.

4) Biennale Jogja XIV Equator #4 2017

Pameran ini bekerjasama dengan Negara Brazil berjudul, “Age of Hopelessness”. Studio Libstud memperoleh brief dari Dodo Hartoko dan Forum Ceblang-Ceblung sebagai Direktur Artistik.

5) Biennale Jogja XV Equator #5 2019

Pameran ini bekerjasama dengan Negara Asia Tenggara berjudul, “Do we live in the same playground?” yang dirancang oleh Atalya Advena berdasar rumusan brief dari Akiq AW, Arham Rahman dan Panwadee Nophaket (Thailand).

- 6) Biennale Jogja XVI Equator #6 2021
Pameran ini bekerjasama dengan Negara Kepulauan Oseania (Asia Pasifik) yang berjudul, "Roots \diamond Routes". Tim Banteng mendapatkan rumusan brief dari Gintani Swastika dan dua kurator Ayos Purnomoaji dan Elia Nur Vista.

b. Studi Visual

Perancang melakukan studi visual dengan mencari referensi dan pendekatan yang relevan untuk menemukan ide-ide yang nantinya menjadi gambaran besar tampilan identitas visual baik itu dari penentuan warnanya, tipografi, tata letak, bahkan logonya.

Judul serta narasi kuratorial perhelatan pameran menjadi kunci atau pegangan ketika melakukan *brainstorming* Untuk itu, perancang harus memperhatikan batasan-batasan supaya tampilan yang dihasilkan tidak melenceng atau bahkan berkonotasi dengan gagasan tema dan 'posisi' pameran Biennale Jogja Equator.

- 1) Biennale Jogja XI Equator #1 2011
Mie Cornoedus membaca Equator #1 berupa peta dua dimensi sebagai dialog budaya Indonesia dan India untuk memperoleh warna dari peta konvensional.
- 2) Biennale Jogja XII Equator #2 2013
Anang Saptoto dalam Equator #2 mengambil sampel foto dokumentasi perjalanan kurator dan direktur saat melakukan survei ke Jazirah Arab untuk mendapatkan karakteristik warna yang mewakili Negara tersebut.
- 3) Biennale Jogja XIII Equator #3 2015
Yazied Syafaat pada Equator #3 membaca keteraturan dalam kekeosan seperti lilitan kabel rumit namun saling terhubung antara Indonesia dan Nigeria. Menggunakan warna biru-hijau yang mewakili Negara Nigeria.
- 4) Biennale Jogja XIV Equator #4 2017
Farid Stevy Asta, melalui Gilang Ruslan dari Studio Libstud mengangkat hasil yang ditemukan dari gagasan kekacauan kampanye visual jalanan Festival Equator (pre-Event) berupa iklan-iklan reklame jalanan yang dipadukan dengan karya seniman Yunizar. Menggunakan warna-warna primer yang sangat mencolok.

- 5) Biennale Jogja XV Equator #5 2019
Atalya Advena merepresentasikan persoalan 'pinggiran' Asia Tenggara dengan komposisi logo menyerupai logo pemerintah yang sengaja dibuat rusak sebagai bentuk kritik terhadap pemerintah.

- 6) Biennale Jogja XVI Equator #6 2021
Sedangkan Tim Banteng memposisikan diri sebagai masyarakat Oseania melalui bentuk peta *matrix* chart, dan biota laut yang dilihat secara *microscopic*. Metode studi visual yang digunakan adalah *glass-box* dan telah dilakukan riset penelitian sungguhan.

c. Eksekusi Desain

Pematangan ide dilakukan dengan memvisualisasikan temuan hasil studi visual kedalam bentuk *tumbnails* atau sketsa kasar. Kemudian dilakukan penyempurnaan bentuk dengan digitalisasi menggunakan bantuan software komputer. Dalam tahap ini, kepiawayan perancang dalam melakukan digitalisasi dapat mempengaruhi karakteristik desain yang dihasilkan.

- 1) Biennale Jogja XI Equator #1 2011
Logo dibuat dengan memuat informasi pameran secara menyeluruh dari nama program hingga tanggal pelaksanaan pameran.
- 2) Biennale Jogja XII Equator #2 2013
Anang Saptoto menemukan unsur warna kuning kecoklatan untuk mewakili negara Arab saat pengambilan sampel foto perjalanan kurator. Selain itu, Anang Saptoto menambahkan 6 unsur lingkaran untuk mewakili 6 perhelatan Biennale Jogja Equator.
- 3) Biennale Jogja XIII Equator #3 2015
Yazied Syafaat melakukan eksplorasi untuk mewakili lilitan rumit kabel listrik dari mengolah huruf-huruf secara kolase. Serta membeli karya foto dari sebuah situs untuk mewakili maskot identitas visual pameran tersebut.
- 4) Biennale Jogja XIV Equator #4 2017
Libstud membuat visual logo judul yang terbingkai kotak putih untuk mewakili iklan visual jalanan yang didapat saat studi visual.

5) Biennale Jogja XV Equator #5 2019
Atalya Advena melakukan eksekusi dengan efek threshold untuk mendapatkan hasil logo yang rusak, pecah seperti hasil fotokopian.

6) Biennale Jogja XVI Equator #6 2021
Tim Banteng lebih dahulu melakukan *exercise* (latihan) dengan membuat *icon* atau supergrafis yang mewakili biota laut yang diolah dari teknik *handdrawn* karakteristik Wulang Sunu serta visualisasi teknik 3D dari Garuda Palaka.

d. Review

Memasuki tahap pelaksanaan ide, perancang mempresentasikan hasil rancangannya kepada kurator dan direktur artistik pameran. Hasil diskusi ini yang menentukan kesepakatan perancangan desain. Apabila belum menemukan kesepakatan, desain memasuki tahap *revisi* untuk diperbaiki kembali hingga menemukan kesepakatan bersama.

e. Sistem Identitas

Membuat pedoman dari hasil perancangan identitas visual berupa panduan aset-aset desain, atribut penggunaan logo, warna, tipografi serta turunan desain kebutuhan pameran. Pada penyelenggaraan Pameran Biennale Jogja Equator panduan yang biasa disebut dengan standar manual logo (GSM) untuk mempermudah tim desainer pelaksana yang menggunakan desain pada identitas visual tersebut.

f. Produksi

Penerapan identitas visual termasuk logo pada berbagai media sesuai kebutuhan desain pameran, baik untuk publikasi cetak maupun digital.

Secara keseluruhan hasil analisis proses kreatif dapat disimpulkan bahwa perancangan logo Biennale Jogja Equator XI-XVI telah memenuhi teori kreativitas Tabrani (2006) dan alur Mendesain Logo Rustan (2017) karena melalui proses brief, studi visual, eksekusi desain, review, sistem identitas sampai pada tahap produksi. Namun perancangan antar logo ini sangat kompleks karena perbedaan wilayah kerja sama dengan topik persoalan yang ada, ditambah dengan pergantian kepanitiaian, serta perancang yang tidak pernah sama sangat mempengaruhi bentuk tampilan identitas visual

khususnya pada logo pameran. Sehingga tidak ditemukannya kesamaan satu sama lain berdasar bentuk logo, unsur warna, tipografi, pada proses kreatif perancangan logo Biennale Jogja XI-XVI Equator (2011-2021)

KESIMPULAN

Logo merupakan salah satu bagian dari identitas visual yang difungsikan untuk mewakili suatu pesan sekaligus penyebutan suatu lembaga. Sementara keserasian dari identitas visual, diperoleh dari perancangan saat melakukan proses kreatif. Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan keragaman tampilan visual logo pameran Biennale Jogja XI-XVI Equator (2011-2021) muncul karena beberapa hal berikut ini:

1. Yayasan Biennale Yogyakarta melalui proyek Biennale Jogja Equator melakukan kerjasama dengan *agency*/studio desain, maupun desainer perseorangan untuk membuat identitas visual Biennale Jogja XI-XVI Equator (2011-2021). Pemilihan desainer logo ditentukan berdasarkan relasi pertemanan yang pernah terjalin antara penyelenggara dengan perancang itu sendiri. Dibutuhkan kesamaan selera (sesuai dengan tema pameran) & kecocokan komunikasi saat berdiskusi untuk kemudian menemukan bentuk visualisasi logo Biennale yang baru.
2. Proses kreatif perancangan logo Biennale Jogja Equator XI-XVI telah memenuhi teori kreativitas Tabrani (2006) dan alur Mendesain Logo Rustan (2017) karena melalui proses brief, studi visual, eksekusi desain, review, sistem identitas sampai pada tahap produksi.
3. Visualisasi tampilan logo yang beragam setiap penyelenggaraan Biennale, meliputi bentuk logo, unsur warna, tipografi yang berbeda disebabkan oleh konsep logo yang terlebih dahulu ditentukan para Kurator dan Direktur Pameran, berdasarkan hasil pembedahan tema kuratorial yang telah disepakati sebelumnya.
4. Kepiawaian perancang dalam memvisualisasikan konsep logo & teknik digitalisasi logo yang beragam memunculkan tampilan visual logo yang berbeda setiap penyelenggaraan Biennale.

Konsep logo pameran yang telah dikonsepsikan berbeda oleh kurator pameran sedari awal dan perbedaan kerjasama antar *agency* atau individu desainer memunculkan karakteristik tampilan visual logo Biennale yang beragam.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- [1] Utama, W. S., Swastika, A., & Utomo, H. P. 2020. *Khatulistiwa Sebagai Metode: Merefleksikan Pengalaman 10 Tahun Biennale Jogja Khatulistiwa*. Yogyakarta: Yayasan Biennale Yogyakarta.
- [2] Rustan, Surianto. 2017. *Font & TIPOGRAFI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [3] _____. 2017. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [4] Soewardikoen, D. W. 2019. *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kanisius.
- [5] Tabrani, Primadi. 2006. *Kreativitas Dan Humanitas: Sebuah Studi Tentang Peranan Kreativitas Dalam Perikehidupan Manusia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- [6] Wibowo, Ibnu Teguh. 2013. *Belajar Desain Grafis*. Yogyakarta: Buku Pintar.

B. Artikel Jurnal

- [1] Alaydrus, M. 2009. *Tinjauan Aplikasi Logo Pada Katalog Pameran Jakarta Biennale 2009 Berdasarkan Standar Manual Logo* (Tugas Akhir). Depok: Politeknik Negeri Jakarta
- [2] Arief, L. 2013. *Representasi Tema Dan Konsep Kuratorial Biennale Jogja IV s.d XI Pada Katalog, Ditinjau Dari Perspektif Desain Grafis* (Tesis). Yogyakarta: Institut Seni Indonesia

C. Sumber Rujukan dari Website

- [1] Archive, IVAA. n.d. "Pameran Biennale | Seni Lukis Yogyakarta - 1988." (<http://archive.ivaa-online.org/events/detail/398> diakses 11 September 2021).
- [2] Yogyakarta, Yayasan Biennale. 2011. Yayasan Biennale Yogyakarta. (<https://biennalejogja.org/> diakses tanggal 01 September 2021).