

## SIMULASI PERANCANGAN ULANG LOGO PLN

**Billy Alexander, Albertus Moeljo Rahardjo, Regina Susanto,  
Brian Alvin Hananto\***

Universitas Pelita Harapan

\*corresponding author: [brian.hananto@uph.edu](mailto:brian.hananto@uph.edu)

**Abstrak.** Artikel ini membahas mengenai simulasi perancangan ulang logo PLN yang dilakukan oleh penulis. Latar belakang dalam perancangan ulang logo tersebut didapatkan berdasarkan penjabaran terhadap permasalahan-permasalahan desain komunikasi visual yang ditemukan pada logo tersebut, yaitu kurang representatif terhadap nilai-nilai dan arahan baru yang dimiliki oleh PLN dan juga kualitas formal dari logo yang terlihat kuno ketika dibandingkan logo-logo BUMN lainnya. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis melakukan simulasi perancangan ulang dengan menggunakan metodologi desain Eric Karjaluoto. Tahapan yang dilalui penulis adalah pembuatan moodboard, sketsa kasar, perancangan alternatif logo secara digital, dan evaluasi untuk melihat hasil perancangan yang dilakukan. Dari tiga alternatif yang dihasilkan, 42% responden memilih alternatif logo pertama sebagai logo terbaik; dan dari ketiga alternatif tersebut, 92% responden menilai logo-logo tersebut representatif terhadap nilai-nilai PLN. Proses perancangan ini memang bersifat simulatif, namun penulis berharap artikel ini dapat menjadi referensi mengenai proses perancangan sebuah logo dan juga dapat menjadi referensi mengenai mengapa logo PLN yang digunakan ini membutuhkan perubahan atau peremajaan.

**Kata Kunci :** Perancangan Ulang, Logo PLN, Desain Grafis

**Abstract.** This article describes a logo redesign process simulation for PLN that the author had conducted. The background of the redesign is based on the study about the visual communication design issues that are visible on the current logo: which is unrepresentative of PLN's current value, and the formal quality of the logos that seemed outdated compared to other government-owned companies logo. From these issues, the author conducted a redesign to the logo by adopting the design methodology from Eric Karjaluoto. The process of the redesign consists of mood board creation, rough sketch explorations, logo alternative designs, and also evaluation to gauge the logo designs. From the three alternatives designed, 42% selected the first design alternative as the best logo; and from the three alternatives provided, 92% agreed that all represent the values of PLN. The logo redesign process simulation itself hopes to be a reference to how a logo redesign is conducted. This article also aims to highlight the necessity of how PLN's current logo may need a redesign or rejuvenation.

**Keywords:** Redesign, PLN Logo, Graphic Design

## Pendahuluan

Dewasa ini, energi tidak dapat lepas dari kehidupan manusia (Rahmat 2015). Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam. Namun, seiring berjalannya waktu akan semakin menipis ketersediaan sumber daya alam tersebut dan untuk mengantisipasi hal tersebut, Indonesia mulai beralih ke energi baru terbarukan (EBT) atau energi ramah lingkungan sebagai alternatif terbaik untuk mendorong penggunaan energi emisi rendah karbon (*Jurnal Energi Media Komunikasi Kementerian Energi Dan Sumber Daya Mineral* 2016a). Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan energi yang ramah lingkungan seperti tenaga air, panas bumi (*geothermal*), bioenergi, tenaga surya (sinar matahari), tenaga angin, dan energi laut (“Pengembangan EBT: Capaian Dan Dampaknya Terhadap Ekonomi Dan Lingkungan” 2020). Mengupayakan hal tersebut, PT Perusahaan Listrik Negara (PLN) telah melakukan inovasi dalam pengembangan dan pemanfaatan energi tersebut dalam penyediaan listrik (*Jurnal Energi Media Komunikasi Kementerian Energi Dan Sumber Daya Mineral* 2016c, 15–16).

PT PLN (Persero) merupakan perusahaan pada sektor listrik yang dimiliki oleh negara yang menyediakan jasa penyediaan listrik terbesar di Indonesia dan menjadi *stakeholder* Ditjen Gatrik. Perusahaan ini didirikan pada 27 Oktober 1945 oleh Presiden Soekarno dan telah mengalami perkembangan menjadi perusahaan perseroan berdasarkan akta 169 tanggal 30 Juli 1994. PT PLN Telah melayani masyarakat Indonesia dengan memasang, memperluas dan menyediakan layanan kelistrikan selama lebih dari enam dekade (*Jurnal Energi Media Komunikasi Kementerian Energi Dan Sumber Daya Mineral* 2016b, 77). Sebagaimana tercantum dalam profil perusahaan, PT PLN (Persero) memiliki motto perusahaan yakni “Listrik untuk kehidupan yang lebih baik” dan memiliki visi berkomitmen untuk menyediakan listrik ke seluruh Indonesia dan menjadi perusahaan yang diterima dan diakui sebagai perusahaan kelas dunia yang bertumbuhkembang, unggul dan terpercaya dengan bertumpu pada potensi insani.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT PLN menjiwai dan mengimplementasikan nilai AKHLAK sebagai pedoman. Amanah berarti memegang teguh kepercayaan yang telah diberikan. Kompeten yaitu mengembangkan kapabilitas dan terus belajar. Harmonis yaitu menghargai suatu perbedaan dan saling peduli. Loyal yaitu berdedikasi dengan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara. Adaptif yaitu terus melakukan inovasi dan antusias dalam mengerjakan atau menghadapi suatu perubahan. Kolaboratif yang berarti membangun kerja sama yang sinergis. Lini bisnis yang dijalankan oleh PT PLN (Persero) adalah pembangkitan, penyaluran, dan distribusi dan pelayanan bagi pelanggan.

PT PLN (Persero) senantiasa berupaya menghadirkan produk-produk dan layanan yang terbaik untuk pelanggan. Diantaranya dengan mengadakan program-program diskon seperti diskon tarif maupun diskon biaya penyambungan kepada pelanggan dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas sektor usaha dan memungkinkan pelanggan umum untuk menikmati listrik PLN dengan lebih leluasa dengan harga yang relatif murah. PLN juga telah menyediakan layanan yang mendukung pemanfaatan listrik dari Energi Baru dan Terbarukan seperti melalui program PLTS Atap dan program *Renewable Energy Certificate* (REC). PLN juga senantiasa berupaya mengembangkan layanan berkualitas tinggi dan memanfaatkan teknologi digital kepada pelanggan diantaranya dengan terus mengembangkan layanan PLN *Mobile* dan layanan *Swa Cam*. PT PLN dalam mencapai visinya menetapkan 4 *strategic goals*, yaitu (1) Aspirasi *Green* untuk memimpin transisi energi Indonesia melalui peningkatan energi terbarukan yang cepat dan efisien, (2) Aspirasi *Innovative*

untuk mendorong pertumbuhan perusahaan lewat bisnis model dan layanan yang inovatif, (3) Aspirasi *Customer Focused* untuk memuaskan konsumen lewat kualitas layanan kelas dunia, dan (4) Aspirasi *Lean* untuk bisa menyediakan listrik yang handal dengan harga yang terjangkau (“Company Profile Perusahaan Listrik Negara PT PLN (Persero)” 2021).



Gambar 1 Logo PT PLN

(Sumber : [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Logo\\_PLN.png](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Logo_PLN.png))

Pada tahun 1976, bentuk, warna dan makna logo PLN telah menjadi identitas resmi perusahaan, sebagaimana tercantum dalam lampiran Surat Keputusan Direktur Energi Negara. Sejak itu, logo tidak pernah diubah dalam pendekatan apapun hingga saat ini. PLN sebagai perusahaan listrik telah melakukan inovasi dalam mengembangkan perusahaan dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggannya mengikuti dengan era digital serta melakukan inovasi dan perubahan dalam menciptakan energi yang ramah lingkungan dengan memanfaatkan energi baru terbarukan yang dapat mendorong penggunaan energi rendah karbon dalam penyediaan energi listrik. Menurut opini penulis, logo yang digunakan saat ini kurang relevan terhadap nilai-nilai perusahaan yang dijalankan dan tidak mencerminkan pertumbuhan perusahaan itu sendiri serta tidak sesuai dengan kehidupan yang dinamis saat ini. Oleh karena itu, perancangan ulang pada logo PLN akan menjadi relevan dengan konteks saat ini dan mencerminkan ciri khas dan nilai-nilai perusahaan yang menjadi pedoman perusahaan yakni AKHLAK dan juga 4 *Strategic Goals*. Sehingga, hal ini semakin membuat tingkat relevansi perancangan ulang logo perusahaan semakin tinggi seiring dengan perkembangan zaman.

Tingkat urgensi dari logo PT PLN (Persero) dapat dikatakan cukup tinggi. Hal ini dikarenakan, PT PLN (Persero) sejak tahun 1972 hingga saat ini telah melayani dan menyediakan kebutuhan listrik kepada masyarakat dan tentunya menjadi perusahaan yang meningkatkan pembangunan negara. Namun perkembangan yang dilakukan oleh perusahaan ini, kurang tercermin ke dalam logo PT PLN (Persero). Sehingga hal ini mengharuskan PT PLN (Persero) melakukan peremajaan (*rejuvenation*) pada logo agar merepresentasikan kehidupan yang dinamis dan pertumbuhan perusahaan.

Perancangan ulang logo PT PLN dapat dikatakan menjadi signifikansi terhadap perkembangan di zaman modern saat ini dan mencerminkan nilai-nilai perusahaan yang terus berinovasi dan antusias dalam menghadapi perubahan (Adaptif). Dengan dilakukannya perancangan ulang logo ini akan memodernisasi logo dengan tampilan yang lebih *fresh* dan memberikan semangat baru bagi perusahaan dengan mengikuti perkembangan saat ini.

Masalah desain komunikasi visual yang terlihat pada logo PT PLN (Persero) yakni masalah pada form secara *content* dan *context*. Makna atau pesan dari bentuk

logo kurang merepresentasikan entitas perusahaan PLN yang terus berkembang. Petir dengan penggunaan warna merah melambangkan solusi yang diberikan oleh PT PLN kepada pelanggan dilakukan secara cepat dan tepat serta keberanian dalam menghadapi tantangan perkembangan zaman. Bentuk bidang persegi berwarna kuning tersebut cenderung kaku dan kurang mencerminkan semangat perusahaan yang terus melakukan inovasi dan pertumbuhan, sehingga jika dilihat secara keseluruhan logo, hal ini berdampak pada bentuk petir dalam bidang persegi tersebut, bentuk petir yang seharusnya melambangkan kerja cepat dan tepat serta keberanian dalam menghadapi tantangan menjadi kurang tercapai dikarenakan bentuk tersebut seakan-akan dibatasi dengan bidang persegi. Lalu tiga gelombang berwarna biru yang memiliki makna gaya rambat energi listrik yang dialirkan oleh tiga bidang utama yang dilakukan oleh PT PLN (pembangkitan, penyaluran, dan distribusi) kepada pelanggannya dan melambangkan kesetiaan dan pengabdian kepada masyarakat. Bentuk tiga gelombang berwarna biru tersebut akan menimbulkan berbagai persepsi, dikarenakan adanya kemiripan (*similarity*) dengan gelombang lautan (Gambar 2)



Gambar 2. Elemen-elemen Dasar Logo : Bidang Persegi, Petir, Tiga gelombang (Kiri) dan Ocean Icon (Kanan)  
(Sumber : Buku Panduan Logo PLN)

Permasalahan ini mulai terasa jika logo PT PLN (Persero) disejajarkan pada logo Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan logo-logo perusahaan BUMN lainnya yang sudah melakukan rebranding pada identitas visualnya. Berikut ini hasil observasi penulis dengan membandingkan logo PT PLN dengan perusahaan BUMN lainnya.



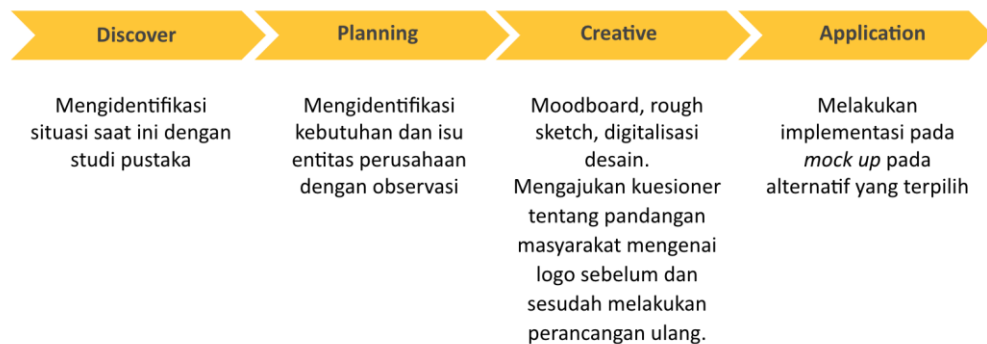
Gambar 3. Perbandingan Logo Kementerian BUMN, perusahaan BUMN (Telkom & Pgas) dengan PT PLN (Persero) (Sumber : Buku Panduan Logo PLN & BUMN)

Jika melihat perbandingan Logo PT PLN (Persero) dengan logo kementerian dan perusahaan BUMN, logo PT PLN saat ini terlihat kurang melakukan peremajaan pada logonya secara signifikan dan terkesan ketinggalan zaman karena menggunakan warna *subtractive color/CMYK* yang solid, bentuk bidang persegi cenderung monoton dan kurang dinamis. Sedangkan logo kementerian BUMN dan perusahaan BUMN lainnya telah memodernisasi bentuk logo agar terlihat lebih dinamis dan mengikuti perkembangan zaman dengan penggunaan warna yang lebih bervariasi. Dengan dilakukan perancangan ulang pada logo PT PLN (Persero) dapat memodernisasi logo dengan mengikuti perkembangan zaman dengan tampilan yang lebih modern dan *fresh* yang memberikan semangat baru pada PT PLN dan bertujuan untuk menarik perhatian *stakeholder* namun tetap merepresentasikan entitas perusahaan.

## Metode

### Metodologi

Pada proyek perancangan ulang logo PT PLN (Persero), penulis menggunakan metodologi “Design Method” oleh Eric Karjaluoto. Tahapan-tahapan yang ada pada metodologi ini yaitu *discovery*, *planning*, *creative*, dan *application* (Karjaluoto 2013).



Gambar 4. Bagan Metodologi Perancangan Eric Karjaluoto (Sumber: Penulis, 2021)

Tahap *discover* yaitu mengidentifikasi situasi saat ini dengan melakukan pengumpulan data dengan studi pustaka. Indonesia beralih ke energi baru terbarukan (EBT) atau energi ramah lingkungan. PT PLN mengembangkan layanan dan memanfaatkan teknologi digital

Selanjutnya *planning* yaitu mengidentifikasi kebutuhan dan isu pada logo PT PLN untuk membuat sebuah strategi dan rencana kerja. Penulis akan mengidentifikasi dengan cara membandingkan logo-logo perusahaan BUMN yang telah melakukan *rebranding* dengan PT PLN saat ini. Mengumpulkan data mengenai entitas sebagai solusi bagi permasalahan berupa *creative brief*.

Selanjutnya *creative* yaitu tahapan eksplorasi konseptual dan potensi arahan desain. Pada tahapan ini penulis akan melakukan mengumpulkan *moodboard* untuk membantu eksplorasi, dan selanjutnya melakukan *rough sketch* dan digitalisasi desain. Setelah desain selesai, penulis akan melakukan uji coba kepada stakeholder dengan mengajukan kuesioner tentang pandangan mereka mengenai logo sebelum dan sesudah melakukan perancangan ulang serta kritik dan saran dalam mengembangkan logo.

Terakhir adalah *application* yaitu arahan desain yang dipilih kemudian dikembangkan dengan melakukan implementasi pada *mock up*. Setelah mendapatkan

pandangan, kritik, dan saran dari responden, penulis mengaplikasikan logo yang terpilih pada beberapa medium seperti kartu nama, *letterhead*, dan amplop.

## Metode

### Pra-Desain

#### 1. Studi Pustaka

Metode studi pustaka mendapatkan data pendukung mengenai kondisi saat ini yang ditemukan serta entitas perusahaan. Studi pustaka dilakukan dengan mencari pustaka-pustaka yang sudah dipublikasikan, menyaring informasinya, dan menggunakan informasi tersebut untuk membantu sebuah proyek desain (Martin and Hanington 2012, 112).

#### 2. Observasi dan Analisa Data

Menganalisis permasalahan desain pada PT PLN dengan membandingkan Logo PT PLN dan temuan pada logo-logo perusahaan milik BUMN yang telah melakukan rebranding. Selain itu penulis melakukan analisis serangkaian data pada studi pustaka. selanjutnya hasil analisis data berupa *creative brief*.

### Desain

#### 1. Moodboard

Moodboard merupakan alat visual yang berupa pengaturan gambar, objek, teks, dll. untuk mengkomunikasikan ide dan konsep visual yang direncanakan.

#### 2. Rough sketch

*Rough Sketch* digunakan untuk mentranslasikan analisis data berdasarkan studi pustaka, brainstorming, *creative brief* dan *moodboard* ke dalam rancangan visual berupa sketsa kasar.

#### 3. Digitalisasi visual

Metode digitalisasi visual merupakan tahapan terakhir dalam tahapan desain. Metode ini dilakukan dengan menerapkan sketsa kedalam digital dan memastikan secara detail hasil akhir desain tidak terjadi kekurangan.

#### 4. Kuesioner

Sebuah instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan informasi secara mandiri oleh orang atau narasumber dalam bentuk tertulis (Martin and Hanington 2012, 140). Dalam tahapan ini penulis mengajukan kuesioner tentang pandangan masyarakat mengenai logo sebelum dan sesudah melakukan perancangan ulang. Penulis menggunakan metode simple random sampling, pemilihan sampel dilakukan secara acak dalam target populasi (Sugiyono 2007, 82). Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pelita Harapan.

### Pasca Desain

#### Mockup

Setelah mendapatkan hasil dari kuesioner, penulis melakukan implementasi pada *mockup* untuk melihat pengaplikasian logo pada berbagai medium.

Penulis menggunakan metode-metode tersebut karena metode tersebut merupakan metode yang paling sering digunakan dalam tahapan pra-desain, desain, dan pasca-desain. Metode tersebut relevan dengan tahapan-tahapan pada proyek



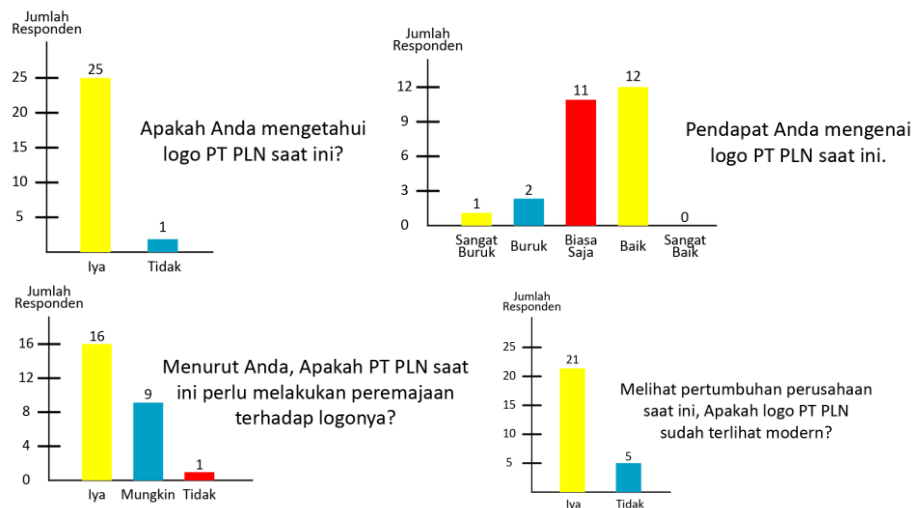


perancangan ulang PT PLN (Persero). Tahapan pra-desain dan desain dilakukan oleh penulis untuk membantu proses perancangan ulang logo PT PLN (Persero) dan selanjutnya akan dilakukan tahapan pasca desain dengan melakukan implementasi pada *mockup* terhadap alternatif logo yang terpilih berdasarkan pada hasil kuesioner yang diberikan kepada masyarakat.

## Hasil dan Pembahasan

### Observasi

Berdasarkan kuesioner yang penulis berikan, 25 dari 26 responden sudah mengetahui logo PT PLN saat ini. 12 diantaranya telah menjawab bahwa logo dari PT PLN cukup baik dan 11 responden menjawab biasa saja. Secara umum, logo dari PT PLN dapat menunjukkan bahwa logo tersebut merupakan sebuah perusahaan listrik. Namun, menurut responden logo tersebut terlihat kurang menarik atau biasa saja. Hal ini juga ditambah dengan 21 responden yang mengatakan bahwa logo terlihat tidak modern dan 18 responden menyatakan bahwa logo mungkin perlu dilakukan peremajaan.



Gambar 5. Hasil Kuesioner tentang logo PT PLN saat ini. (Sumber: Penulis, 2021)

### Moodboard

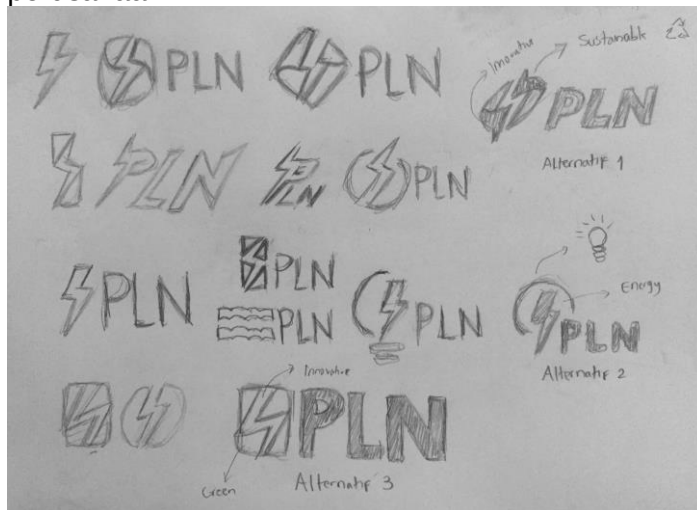
Berdasarkan *creative brief* dan analisis data yang telah dilakukan, penulis mengumpulkan moodboard yang akan membantu proses pengembangan visual. Moodboard mencakup berbagai referensi bentuk visual, tipografi, dan warna yang akan kemudian diolah sebagai logo. Selain itu, penulis juga menetapkan kata kunci *innovative*, *sustainable*. Kata kunci ini diambil berdasarkan pada 4 *strategic goals* dari visi PT PLN serta nilai-nilai perusahaan. Berikut ini adalah hasil moodboard yang telah dikumpulkan dan akan digunakan dalam proses perancangan ulang logo PT PLN.



Gambar 6. Moodboard (Sumber : Penulis, 2021)

### Rough Sketch

Selanjutnya penulis membuat sketsa kasar berdasarkan *creative brief* dan *moodboard* yang sudah terkumpul. sketsa kasar terdiri tiga alternatif yang merepresentasikan keyword yang sudah ditentukan berdasarkan visi misi dan nilai-nilai perusahaan.



Gambar 7. Eksplorasi Sketsa Kasar Logo (Sumber : Penulis, 2021)

### Digitalisasi visual

Pada tahapan ini penulis melakukan perancangan ulang logo PT PLN (Persero) dengan memilih salah satu sketsa kasar yang kemudian dikembangkan ke dalam digitalisasi visual. Berdasarkan logo tersebut, dikembangkan identitas visual berupa bentuk logo, warna, dan *typeface*.





Gambar 8. Alternatif Logo 1 (Sumber: Penulis, 2021)

Konsep alternatif logo pertama dipilih berdasarkan studi pustaka serta moodboard yang merepresentasikan nilai-nilai perusahaan dan 4 *strategic goals* pada PT PLN. Bentuk logo secara keseluruhan terinspirasi dari pengembangan energi baru terbarukan yang dilakukan oleh PT PLN. Logo didesain lebih modern dan dinamis, hal ini terlihat dengan penggunaan warna gradasi serta penerapan teori gestalt yakni *figure/ground*. Bentuk logo menyerupai anak panah yang saling mengarah sebagai *figure* dengan penggunaan warna gradasi kuning dan jingga melambangkan bahwa PLN memiliki 4 *strategic goals* yakni *green/sustainable*, *innovative*, *customer focused*, dan *lean*. Warna kuning menggambarkan optimisme dan pencerahan, seperti visi PLN bahwa mampu menciptakan pencerahan ke seluruh Indonesia. Kemudian penggunaan warna jingga menggambarkan semangat PT PLN yang menyala-nyala untuk bertumbuhkembang dan melakukan inovasi. Selanjutnya terdapat bentuk petir sebagai *ground* yang melambangkan tenaga listrik dan kinerja PT PLN yang siap menghadapi tantangan perkembangan zaman serta kerja cepat dan tepat.



Gambar 9. Alternatif logo 2 (Sumber: Penulis, 2021)

Pada alternatif logo kedua, logo didesain tidak berbeda jauh dari logo aslinya, agar identitas PT PLN tetap ada. Bentuk dari logo ini, dapat dilihat memiliki ujung yang membulat agar memiliki kesan modern. Bentuk petir atau kilat yang ingin memvisualisasikan tenaga listrik dan mengartikan kerja yang cepat dan tepat, bentuk lingkaran ingin memvisualisasikan seperti lampu yang ada karena PT PLN. Warna yang dipilih juga tidak berbeda jauh dari logo sebelumnya menggunakan warna primer, bentuk petir atau kilat diberikan warna merah untuk menunjukkan kesan keberanian dan siap menghadapi tantangan, bentuk yang melingkari kilat diberikan warna kuning untuk menunjukkan kesan terang seperti lampu dan teks PLN menggunakan warna biru untuk menunjukkan pelayanan yang baik bagi masyarakat.

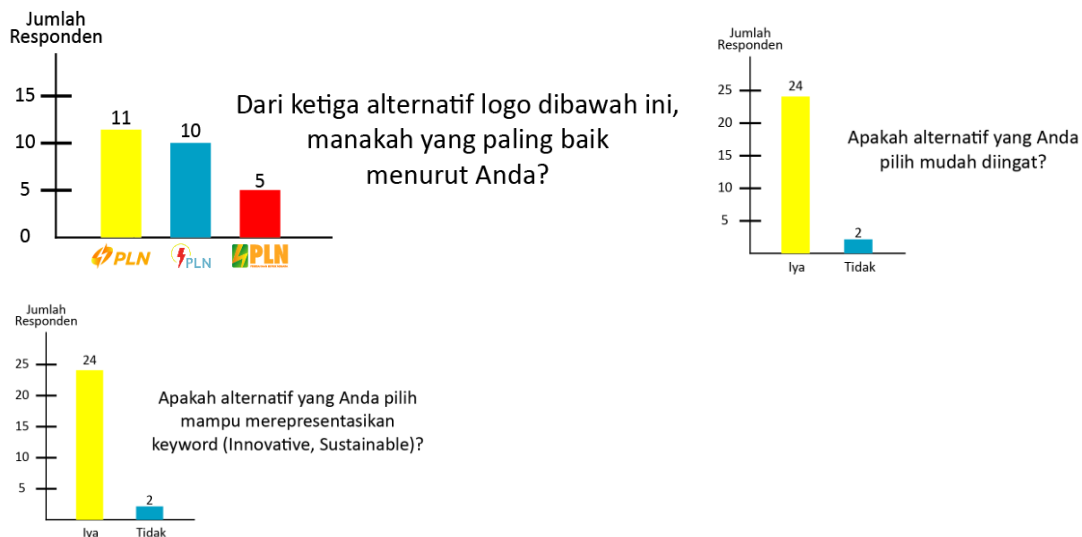


Gambar 10. Alternatif logo 3 (Sumber: Penulis, 2021)

Pada alternatif ketiga juga berdasarkan pada 4 *strategic goals* dari PT PLN. Bentuk persegi dengan bentuk petir menggambarkan perusahaan listrik yang handal dan siap menghadapi segala tantangan dari perkembangan zaman yang sangat cepat. Logogram diberi warna hijau menunjukkan visinya yaitu *green*. *Typeface* yang digunakan adalah futura karena memiliki bentuk yang geometris sehingga terlihat lebih modern dan *innovative*.

### Kuesioner

Setelah merancang alternatif-alternatif logo untuk PT PLN, penulis melakukan evaluasi dengan menyebarkan kuesioner. Dari 26 responden, 11 responden memilih alternatif pertama sebagai yang paling baik. Responden berpendapat bahwa alternatif pertama terlihat dinamis dan modern. Penggunaan warna yang sangat menarik dan penggunaan *closure* pada logo juga menjadi alasan responden memilih alternatif pertama. Pada alternatif kedua, responden berpendapat bahwa alternatif kedua terlihat minimalis dan memiliki potensi yang lebih baik. Beberapa responden berpendapat bahwa alternatif kedua terlihat kurang *unity* dan warna yang digunakan juga masih kurang. Selanjutnya pada alternatif ketiga, beberapa responden berpendapat bahwa logo juga terlihat modern dan memiliki bentuk yang kuat. Namun penggunaan warna hijau dapat diganti dengan warna biru sehingga lebih merepresentasikan ciri khas logo PT PLN saat ini.



Gambar 11. Hasil Kuesioner Pandangan Responden Terhadap Ketiga Alternatif Logo (Sumber: Penulis, 2021)

### Mockup

Setelah mengajukan kuesioner mengenai ketiga alternatif logo, selanjutnya pada tahap terakhir penulis melakukan implementasi logo berdasarkan alternatif logo pertama yang sudah dipilih oleh responden pada beberapa medium yang diperlukan. Penulis menentukan beberapa aplikasi desain yang dapat dipakai oleh PT PLN (Persero) seperti *letterhead*, amplop, kartu nama, dan buku. Aplikasi desain dirancang menggunakan elemen grafis berdasarkan bentuk elips pada logo.



Gambar 12. Aplikasi Desain Logo dan Identitas Visual (Sumber: Penulis, 2021)

### Simpulan

Dalam mencapai perancangan ulang logo PLN dilakukan beberapa tahapan yaitu pra-desain, desain, dan pasca desain. Pada tahap pra-desain, penulis melakukan studi pustaka pada PT PLN untuk mendapatkan informasi mengenai PT PLN. Penulis juga melakukan observasi dan analisa data dengan membandingkan logo PLN dengan logo dari perusahaan BUMN lainnya. Setelah itu pada tahap desain, penulis membuat *moodboard*, *rough sketch*, dan finalisasi desain. Pada tahap pasca desain, penulis menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan tanggapan dan saran mengenai hasil rancangan yang dibuat yang kemudian dievaluasi sehingga hasil perancangan visual dapat menjadi lebih baik. Berdasarkan pada kuesioner yang diberikan, setelah melakukan perancangan ulang pada logo PT PLN, penulis mendapatkan bahwa logo hasil perancangan ulang lebih baik dibandingkan dengan logo PT PLN saat ini. Logo yang dirancang memiliki kesan yang lebih modern dan dinamis. Namun logo hasil perancangan ulang masih dapat dikembangkan menjadi lebih baik dengan penggunaan warna sehingga logo dapat lebih *sustainable* dan mudah dikenali.

### Daftar Pustaka

"Company Profile Perusahaan Listrik Negara PT PLN (Persero)." 2021. [https://web.pln.co.id/statics/uploads/2021/01/PLN\\_Compro\\_2019\\_21x28\\_5\\_210121.pdf](https://web.pln.co.id/statics/uploads/2021/01/PLN_Compro_2019_21x28_5_210121.pdf).

- Jurnal Energi Media Komunikasi Kementerian Energi Dan Sumber Daya Mineral*. 2016a. "Mengarusutamakan EBT Sebagai Energi Masa Depan," 2016. [https://www.esdm.go.id/assets/media/content/FIX2\\_Jurnal\\_Energi\\_Edisi\\_2\\_1711\\_2016\(1\).pdf](https://www.esdm.go.id/assets/media/content/FIX2_Jurnal_Energi_Edisi_2_1711_2016(1).pdf).
- . 2016b. "Mitra Direktorat Jenderal Ketenagalistrikan," 2016. [https://www.esdm.go.id/assets/media/content/FIX2\\_Jurnal\\_Energi\\_Edisi\\_2\\_1711\\_2016\(1\).pdf](https://www.esdm.go.id/assets/media/content/FIX2_Jurnal_Energi_Edisi_2_1711_2016(1).pdf).
- . 2016c. "Rencana Strategis Ditjen EBTKE," 2016. [https://www.esdm.go.id/assets/media/content/FIX2\\_Jurnal\\_Energi\\_Edisi\\_2\\_1711\\_2016\(1\).pdf](https://www.esdm.go.id/assets/media/content/FIX2_Jurnal_Energi_Edisi_2_1711_2016(1).pdf).
- Karjaluoto, Eric. 2013. *The Design Method: A Philosophy and Process for Functional Visual Communication*. San Francisco: New Riders Publishing.
- Martin, Bella, and Bruce Hanington. 2012. *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions*. Massachusetts: Rockport Publisher.
- "Pengembangan EBT: Capaian Dan Dampaknya Terhadap Ekonomi Dan Lingkungan." 2020. <https://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/analisis-ringkas-cepat/public-file/analisis-ringkas-cepat-public-23.pdf>.
- Rahmat, Riyandi. 2015. "Energi Untuk Kehidupan." Indonesia Environment & Energy Center. 2015. <https://environment-indonesia.com/energi-untuk-kehidupan/>.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

