

Kajian Tren Desain Minimalis pada *Rebranding* Logo Ikon Google Workspace dan Logo Microsoft Edge

Anggi Gracia Gultom

Program Studi Desain Komunikasi Visual,
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung
anggigracia@gmail.com

Naomi Haswanto

Program Studi Desain Komunikasi Visual,
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung
naomidkv@gmail.com

Diterima: Oktober, 2021 | Disetujui: November, 2021 | Dipublikasi: Februari, 2022

ABSTRAK

Penggunaan desain minimalis semakin marak digunakan pada era modern ini. Tren desain yang telah berkembang ini mengakibatkan sejumlah perusahaan seperti Google dan Microsoft, untuk memperbaiki desain logo mereka disesuaikan dengan zaman namun justru menerima banyak kritik. Sebagai seorang desainer, mengikuti tren tentu adalah hal yang dapat meningkatkan peluang kerja dan mengembangkan kemampuan agar tetap mengikuti zaman. Namun, semakin banyaknya perusahaan dengan gaya logo yang sama, menghilangkan keunikan dan rasa “akrab” kita dengan logo orisinal mereka. Tujuan dari makalah ini adalah untuk mengetahui alasan *rebranding* logo ikon Google Workspace dan logo Microsoft Edge. Juga untuk membandingkan kritik para pengguna mengenai desain minimalis hasil *rebranding* logo ikon Google Workspace dan logo Microsoft Edge pada citra perusahaan Google dan Microsoft.

Kata Kunci: Desain Minimalis, Identitas Visual, *Rebranding*

PENDAHULUAN

Perkembangan tren desain grafis pada abad ke-20 telah sampai pada era Desain Minimalis yang berlanjut hingga saat ini. Desain dengan gaya minimalis seperti Material Design (sistem desain Perusahaan Google), dan Fluent Design (sistem desain Perusahaan Microsoft). Seperti perusahaan lain, logo pada ikon Google Workspace memiliki peran yang sangat penting untuk merepresentasikan *Brand Identity* mereka. Terutama karena layanan Google Workspace sudah banyak digunakan, dengan begitu pengguna sudah familiar dengan logo ikon khas-nya dan dapat segera mengenalinya. Namun, keputusan untuk memperbaiki logo ikon Google Workspace kemudian mendapat banyak kritik bahwa keputusan tersebut menyebabkan karakteristiknya menjadi hilang dan semuanya terlihat serupa. Begitu pula dengan perusahaan Microsoft yang memutuskan untuk memperbaiki logo browser Microsoft Edge yang menimbulkan pengguna kebingungan.

Menurut pakar *Corporate Identity* David E. Carter dalam buku “Pengantar Desain Komunikasi Visual” (Kusrianto, 2009) setidaknya logo perusahaan harus memiliki karakter tertentu

tu, menyangkut; *original and distinctive, legible, simple, memorable, easily associated with the company, and easily adaptable for all graphic*. Dari salah satu sifat tersebut, disebutkan bahwa logo perusahaan harus “istimewa” atau “tersendiri” (*Distinctive*), yang memiliki arti mudah dibedakan dengan yang lain. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui alasan *rebranding* logo ikon Google Workspace dan logo Microsoft Edge, dan untuk membandingkan kritik para pengguna mengenai desain minimalis hasil *rebranding* logo ikon Google Workspace dan logo Microsoft Edge pada citra perusahaan Google dan Microsoft.

KAJIAN TEORI

Desain Logo

Menurut White, A. (White, 2011) Logo adalah tanda yang mengidentifikasi individu atau bisnis. Logo memiliki sejarah yang kaya dan menarik. “Logos” dalam bahasa Yunani artinya “kata”, dan ini adalah istilah yang digunakan secara luas untuk menunjukkan semua merek dagang perusahaan. Menurut David (Airey, 2010) dalam bukunya “Logo Design Love”, Logo seperti menempatkan wajah pada sebuah nama—logo membantu orang mengingat pengalaman mereka dengan perusahaan tersebut.

Teori Warna

Teori Louis Prang yang ditemukan pada 1876 atau yang sering dikenal Prang Color Wheel, saat ini adalah teori yang paling banyak digunakan dalam industri kreatif baik untuk cetak maupun digital, dikarenakan penyederhanaan pengelompokan warna yang mudah dipahami dan diterapkan di dalam industri tersebut. Menurut Prang, terdapat lima jenis warna yaitu warna komplementer, warna analogus, warna triadic, warna split komplementer, dan warna tetradic.

Definisi *Minimalist Web Interfaces*

Menurut Meyer, K. (Meyer, 2015) dalam sepuluh tahun terakhir, estetika desain minimalis dengan cepat mendapatkan popularitas dan rasa hormat di kalangan pengguna *Web*. Sebagian besar ahli desain web setuju bahwa desainer web minimalis menggunakan pendekatan pekerjaan dengan filosofi *'less-is-more'* artinya yang harus disertakan hanya elemen grafis dan konten yang benar-benar diperlukan saja.

Material Design (Priyadma, 2019) merupakan kontribusi Google yang paling terkenal untuk tren desain minimalis. Bahasa desain baru yang dibuat oleh Google ini didasarkan pada filosofi realitas bentuk fisik dan teksturnya, termasuk cara memantulkan cahaya dan menghasilkan bayangan.

Fluent Design memiliki kemiripan dengan Material Design milik Google. Sistem desain Microsoft hadir dengan seperangkat pedoman yang sangat standar. Sasaran utama Microsoft dengan Fluent Design adalah menciptakan elemen sederhana, proses sistematis, dan produk yang koheren agar identik dengan desain Microsoft (Soto, 2020).

Teori *Rebranding*

Menurut ahli (Muzellec & Lambkin, 2005) proses revitalisasi sebuah *brand* perlu dilakukan untuk menanggapi perubahan yang ada di masyarakat. Kapferer (Kapferer, 2008) juga menegaskan bahwa revitalisasi sebuah brand dilakukan untuk kembali menghidupkan brand yang sudah mati, atau untuk menempatkan brand itu kembali di pikiran konsumen. Sulit untuk menunjukkan sebuah perusahaan telah berkembang jika merek brand tersebut tidak mencerminkannya.

METODOLOGI

Pelaksanaan penelitian dilaksanakan secara kualitatif dengan pengumpulan data melalui literatur, buku teks, dan artikel internet yang kemudian divalidasi melalui kuesioner Google Form untuk para pengguna layanan Google Workspace dan pengguna web browser Microsoft Edge. Analisis Data Alasan *Rebranding* Logo Ikon Google Workspace Dan Logo Microsoft Edge dalam penelitian ini menggunakan teori desain logo, teori warna, tren desain minimalis, dan teori *rebranding*.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini sumber data primer diambil dari kuesioner Google Form untuk para pengguna layanan Google Workspace dan pengguna web browser Microsoft Edge. Kuesioner dibuat melalui Google Form pada 5 April 2021 berjudul "*The Rebranding of Google Workspace Icon Logo and Microsoft Edge Logo*" dan mendapat total 30 responden.

Data dan Analisis Hasil Kuesioner

Berdasarkan hasil data kuesioner, Sebanyak 26 responden dari total 30 (86.7%) memilih lebih menyukai logo ikon Google Workspace yang lama sebelum di-*rebranding*. Kemudian sebanyak 17 dari total 30 responden (56.7%) memilih logo Microsoft Edge yang lama sebelum di-*rebranding*. Alasan mereka dapat dilihat melalui data kuesioner yang menunjukkan 80% mengatakan bahwa menurut mereka logo ikon Google Workspace hasil *rebranding* secara visual tidak lebih baik dibanding logo ikon yang lama. Sebanyak 60% merasa logo ikon tersebut susah dibedakan antara satu sama lain. Namun, data kuesioner menunjukkan bahwa desain minimalis logo Microsoft Edge secara visual terlihat lebih baik bagi 50% dari responden. Sebanyak 66.6% merasa logo tersebut masih mudah dibedakan dengan logo *Browser* lain.

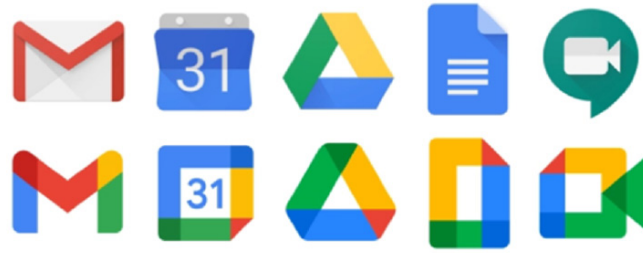
Dalam kuesioner diberikan gambaran singkat mengenai tujuan *rebranding* logo ikon Google Workspace yang didapat melalui riset, Hanya sebanyak 46.7% mengakui tujuan mereka sudah tercapai melalui hasil *rebranding*. Sedangkan untuk Microsoft Edge sebanyak 53.3% mengakui tujuan mereka sudah tercapai melalui logo hasil *rebranding*. Namun, mayoritas (76.7%) merasa bahwa keputusan untuk *rebranding* logo ikon Google Workspace tidak diperlukan. Kemudian hasil data kuesioner menunjukkan bahwa 50% dari total responden merasa bahwa keputusan untuk *rebranding* logo Microsoft Edge tidak diperlukan, dan 50% lainnya merasa keputusan tersebut diperlukan.

Melalui kuesioner didapatkan bahwa bagi pengguna yang merasa adanya perubahan citra perusahaan mengenai keputusan *rebranding* logo mereka, Keputusan Microsoft untuk *rebranding* logo Microsoft Edge mendapat lebih banyak kesan yang lebih baik terhadap citra mereka, dibandingkan dengan Google dalam keputusan *rebranding* logo ikon Google Workspace.

Data dan Analisis *Rebranding* Logo Ikon Google Workspace

Melalui teori Desain Logo yang diuraikan sebelumnya dapat disimpulkan desain logo adalah proses perancangan tampilan visual sebagai bentuk *Brand Identity*. Identitas visual yang sama yang dilihat berkali-kali dapat membangun kepercayaan. Maka dari itu Google Workspace sebagai cabang dari layanan yang disediakan Google, seharusnya memiliki logo ikon yang tampilan identitas visualnya serupa dengan logo utama perusahaan Google.

Hal ini juga merupakan alasan utama Google memutuskan untuk *rebranding* logo ikon Google Workspace. Melalui hasil data yang sudah diuraikan sebelumnya, Google bermaksud untuk menyatukan semua layanan produktivitasnya dan membuatnya terasa seperti satu pengalaman yang terhubung (Raphael, 2020).



Gambar 1 Rebranding Logo Ikon Google Workspace (Baris bawah logo ikon baru)
(Sumber: Google LLC)

Menurut definisi desain minimalis *web interface* yang dijelaskan sebelumnya, desain minimalis adalah desain yang hanya menggunakan elemen paling penting, termasuk bentuk dasar dan palet warna terbatas, maka Google Workspace telah mengambil keputusan untuk menggunakan pendekatan desain minimalis dengan menggunakan bentuk-bentuk dasar dan dengan hanya 4 warna utama. Warna resmi ikonik perusahaan Google adalah biru, merah, kuning, dan hijau. Berdasarkan teori warna Louis Prang, rangkaian warna Google tersebut masuk ke dalam jenis warna tetradic.



Gambar 2 Warna Resmi Logo Perusahaan Google (Sumber: Google LLC)

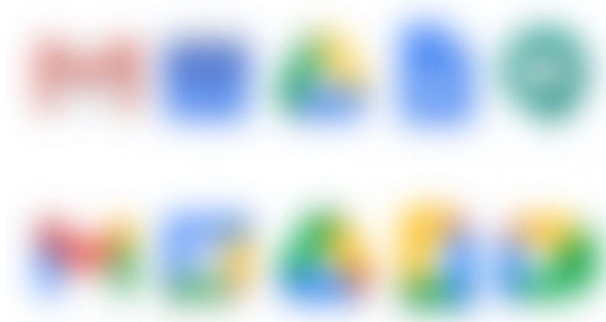


Gambar 3 Warna Tetradic (Sumber: Meilani, 2013)

Penggunaan rangkaian warna tetradic pada logo Google walau menghasilkan warna yang saling kontras, namun masih terlihat satu “keluarga” karena memiliki tingkat *value* yang sama. Namun, berdasarkan hasil kuesioner didapati bahwa 60% dari total responden justru merasa sekarang logo ikon Google Workspace susah dibedakan satu sama lain. Ini menjadikan pengguna susah membedakan logo ikon Google Workspace satu sama lain karena tiap ikon memiliki semua warna yang sama secara sekaligus, yang membuatnya lebih sulit untuk membedakannya secara sekilas. Terutama karena logo ikon ini digunakan sebagai aplikasi yang dilihat dari layar, logo ikon ini akan lebih sering dilihat dalam ukuran kecil dan dapat menimbulkan kesulitan untuk membedakannya. Jika logo ikon Google Workspace di tes blur, maka terlihat kelemahan utama dalam desain ini.



Gambar 4 Tampilan Logo Ikon Google Workspace pada Tab Browser
(Sumber: Coldewey, 2020)



Gambar 5 Test Blur Logo Ikon Google Worksapce (Sumber: Dotyeti, n.d.)

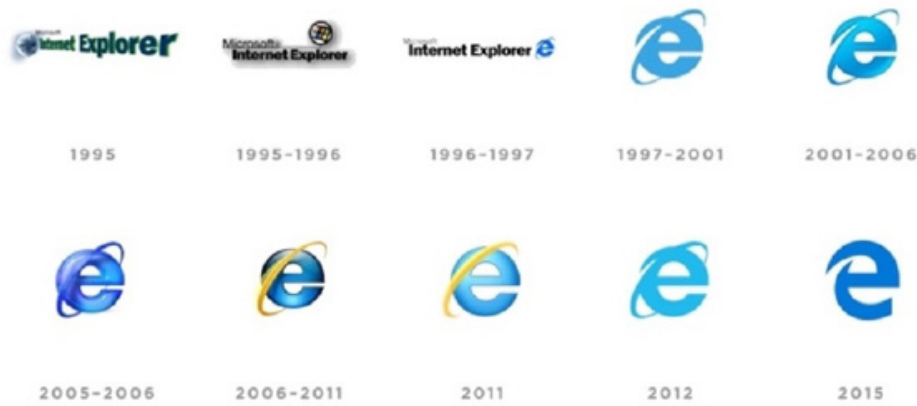
Hal tersebut membuat navigasi menjadi lebih sulit bagi pengguna Google Workspace, dan dapat menimbulkan ketidaknyamanan. Menurut David E. Carter (Kusrianto, 2009) setidaknya logo perusahaan harus memiliki karakter tertentu, menyangkut; *original and distinctive, legible, simple, memorable, easily associated with the company, and Easily adaptable for all graphic*. Kesulitan pengguna dalam membedakan logo ikon dengan satu sama lain kurang sesuai dengan karakter *distinctive* dan *legible* yang merupakan kriteria dari teori Desain Logo tersebut.

Data dan Analisis Rebranding Logo Microsoft Edge

Teori *Rebranding* menurut Kapferer (Kapferer, 2008) revitalisasi sebuah brand dilakukan untuk kembali menghidupkan brand yang sudah mati, atau untuk menempatkan *brand* itu kembali di pikiran konsumen. Sejak *web browser* Microsoft's Edge dirilis pada 2015, tidak banyak kemajuan yang terjadi, oleh karena itu CEO Satya Nadella (Warren, 2019) mengatakan kepada tim pada tahun 2017 bahwa produk tersebut harus lebih baik dan akhirnya beralih dari teknologi internal ke proyek Chromium, Chromium adalah sumber terbuka Google. Peralihan inilah yang ingin dicerminkan melalui *rebranding* logo Microsoft Edge. Sesuai dengan teori menurut Kapferer, keputusan *rebranding* ini sebagai bentuk menghidupkan browser Microsoft yang sudah luput di pikiran konsumen.



Gambar 6 (kiri ke kanan) Logo Lama dan Logo Microsoft Edge Baru (Sumber: Opinion, 2019)



Gambar 7 Sejarah Logo dengan Huruf Ikonik “e” Sebelum Rebranding
(Sumber: Opinion, 2019)

Menurut White, A. (White, 2011) Logo adalah tanda yang mengidentifikasi individu atau bisnis. Logo memiliki sejarah yang kaya dan menarik. Berdasarkan teori tersebut, dapat disimpulkan dengan meninggalkan huruf ikonik “e” pada logo yang sudah sangat dikenal sejak lama, menunjukkan Microsoft ingin pengguna mulai melupakan hal-hal negatif yang terkait dengan perusahaan ketika masih menggunakan logo huruf “e”, dan memulai halaman baru dengan logo yang sangat berbeda ini. Kemudian, kombinasi warna yang digunakan ini merupakan jenis warna analogus. Sesuai dengan teori tersebut yang mengatakan kombinasi ini banyak ditemukan di alam, kombinasi warna ini sesuai digunakan pada logo yang baru karena tampilannya berbentuk seperti gelombang, dengan menyertakan gaya Fluent Design yang mirip dengan ikon Office baru perusahaan.



Gambar 8 Warna logo Microsoft Edge (Sumber: Sikenman, n.d.)



Gambar 9 Warna Analogus (Sumber: Meilani, 2013)

Berdasarkan riset dan hasil kuesioner rupanya sebanyak 66.6% merasa logo tersebut masih mudah dibedakan dengan logo Browser lain, termasuk Firefox. Kombinasi warna yang sangat berbeda dengan Firefox masih membantu pengguna untuk membedakannya dengan mudah dan tidak menjadi gangguan dalam menggunakannya.

Namun melalui kuesioner didapati mayoritas memilih logo Microsoft Edge yang lama karena masih mempunyai ciri khas Internet Explorer yaitu huruf “e” yang familier. Hal ini dapat dihubungkan dengan kriteria desain logo perusahaan yang baik menurut pakar David E. Carter (Kusrianto, 2009) seperti *memorable, easily associated with the company, and easily adaptable for all graphic*.

KESIMPULAN

1. Google Workspace lebih merupakan pola pikir baru, dimana aplikasi produktivitas Google dibentuk kembali agar semua layanan produktivitasnya terasa seperti satu pengalaman yang terhubung, dengan identitas visual yang lebih konsisten dan elemen yang tumpang tindih yang meluas dari satu aplikasi ke aplikasi berikutnya. *Rebranding* logo ikon Google Workspace adalah untuk menyatukan bahasa visual dari berbagai aplikasinya agar terlihat seperti satu “keluarga” terhubung.
2. Microsoft Edge didorong untuk lebih baik lagi karena sejak *browser web* tersebut dirilis pada 2015, tidak banyak kemajuan yang terjadi. *Rebranding* logo Microsoft Edge adalah untuk mencerminkan peralihannya dari teknologi internal ke proyek Chromium dan meninggalkan logo ikonik “e” nya untuk melupakan sejarah buruk yang terkait dengannya.
3. Perbandingan Kritik Para Pengguna mengenai Desain Minimalis Hasil *Rebranding* Logo Ikon Google Workspace dan Logo Microsoft Edge pada Citra Perusahaan Google dan Microsoft:
 - i) Kritik para pengguna mengenai desain minimalis hasil *rebranding* logo ikon Google Workspace pada citra perusahaan Google: Akibat desain minimalis hasil *rebranding* logo ikon Google Workspace, citra perusahaan Google tidak berubah bagi mayoritas pengguna, namun sebagian besar masih merasa citra perusahaan Google menjadi lebih buruk.
 - ii) Kritik para pengguna mengenai desain minimalis hasil *rebranding* logo Microsoft Edge pada citra perusahaan Microsoft: Akibat desain minimalis hasil *rebranding* logo Microsoft Edge, citra perusahaan Microsoft menjadi lebih baik bagi sebagian besar pengguna, dan lainnya merasa tidak ada perubahan pada citra perusahaan Microsoft.

Untuk menghindari dampak yang buruk pada citra perusahaan karena kekecewaan pengguna, dalam proses *rebranding* dapat dilakukan uji tes hasil *rebranding* dengan pelanggan atau pengguna produk tersebut. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menjangkau pengguna melalui survei atau dengan meminta *feedback* pengguna mengenai ide-ide yang dapat membantu mengembangkan proses *rebranding* tersebut. Karena para pengguna sudah memilih menggunakan layanan perusahaan tersebut karena suatu alasan tertentu, maka harus dipastikan hasil *rebranding* sebuah produk tetap memiliki resonansi yang sama dengan mereka sehingga loyalitas pengguna dapat tetap dipertahankan.

DAFTAR PUSTAKA

Airey, D. (2010). *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. California: New Riders.

Armin. (2019, November 6). *New Logo for Microsoft Edge: Catch the Next Wave*. Retrieved from Brand New: <https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/>

new_logo_for_microsoft_edge_1.php

Coldewey, D. (2020). Google's new logos are bad. Retrieved from TechCrunch : <https://techcrunch.com/2020/10/06/googles-new-logos-are-bad/>

Dotyeti. (n.d.). We Fixed Google's New Logos of 2020. Here's How It Turned Out! Retrieved from dotyeti: <https://www.dotyeti.com/blog/we-fixed-googles-new-logos-2020/>

Kapferer, J.-N. (2008). *The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term*. Philadelphia: Kogan Page.

Kusrianto, A. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
Meilani. (2013). *Jenis-Jenis Warna Berdasarkan Keharmonisannya* . TEORI WARNA: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana .

Meyer, K. (2015). *Toward a Definition of Minimalism: Principles of Minimal Visual Design in Web Interfaces*. Retrieved from <https://doi.org/10.17615/trf0-ya50>

Muzellec, & Lambkin. (2005). *Corporate rebranding: Destroying, transferring or creating brand equity?* Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/235302846>

Opinion, M. F. (2019). Microsoft Edge has a new logo and it's oddly similar to Firefox . Retrieved from My F Opinion: <https://myfopinion.wordpress.com/2019/12/11/microsoft-edge-new-logo-2019/>

Priyadma, R. (2019). *Material Design*. Retrieved from <https://medium.com/belajar-desain/material-design-dce52be59d36>

Raphael, J. (2020). Gmail's new logo is just a taste of Google's plan to rethink productivity. Retrieved from <https://www.fastcompany.com/90560175/gmail-new-logo-g-suite-google-workspace>

sikenman. (n.d.). Edge Browser Color Palette . Retrieved from color-hex: <https://www.color-hex.com/color-palette/87997>

Soto, M. (2020). Microsoft explains the meaning of the Fluent Design logo templates that are about to be used on Windows 10. Retrieved from <https://tipsmake.com/microsoft-explains-the-meaning-of-the-fluent-design-logo-templates-that-are-about-to-be-used-on-windows-1>

Warren, T. (2019). Inside Microsoft's Surprise Decision To Work With Google On Its Edge Browser. Retrieved from <https://www.theverge.com/2019/5/6/18527550/microsoft-chromium-edge->

White, A. (2011). *The Elements of Graphic Design*. New York: Allworth Press.

