Communication & Design Journal
e- ISSN: 3089-1523
Vol. 2 No. 1 | Mar 2025

PSIKOLOGI BENTUK DALAM DESAIN GRAFIS: BAGAIMANA BENTUK MEMPENGARUHI PERSEPSI DAN MAKNA

Yolandita Angga Reza[1], Nur Alfi Janatin[2], Irani Nur Aliezia[3], Wahyu Kurniawan[4], Mohamad Sjafei Andrijanto[5]

Universitas Sains Indonesia, Bekasi[1,2,3,4]
Universitas Indraprasta PGRI[5]

Email : yolanditaanggareza99@gmail.com

Abstrak

Desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi visual, tetapi juga memiliki dampak psikologis yang mendalam terhadap persepsi dan pemaknaan audiens. Penelitian ini mengeksplorasi konsep *psikologi bentuk* dalam desain grafis dengan menyoroti bagaimana berbagai bentuk geometris dan organik mempengaruhi interpretasi visual serta respons emosional pemirsa. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dan analisis semiotik terhadap berbagai elemen bentuk dalam desain grafis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk-bentuk tertentu memiliki asosiasi psikologis yang kuat; misalnya, bentuk lingkaran sering dikaitkan dengan harmoni dan kesatuan, sementara segitiga dapat menimbulkan kesan dinamisme atau ketegangan. Selain itu, konteks dan kombinasi bentuk dalam sebuah desain juga berkontribusi terhadap pemaknaan yang lebih kompleks. Temuan ini menegaskan bahwa pemilihan bentuk dalam desain grafis bukan hanya persoalan estetika, tetapi juga memainkan peran penting dalam mengarahkan pemahaman dan emosi audiens.

Kata kunci: psikologi bentuk, desain grafis, persepsi visual, makna, elemen visual

Abstract

Graphic design not only functions as a visual communication tool, but also has a profound psychological impact on audience perception and meaning. This study explores the concept of psychology of form in graphic design by highlighting how various geometric and organic forms affect visual interpretation and emotional responses of viewers. The research method used is literature study and semiotic analysis of various form elements in graphic design. The results of the study show that certain forms have strong psychological associations; for example, the circle shape is often associated with harmony and unity, while the triangle can give the impression of dynamism or tension. In addition, the context and combination of forms in a design also contribute to more complex meanings. This finding confirms that the choice of form in graphic design is not only a matter of aesthetics, but also plays an important role in directing the audience's understanding and emotions.

Keywords: psychology of form, graphic design, visual perception, meaning, visual elements

1. PENDAHULUAN

Desain grafis adalah bentuk komunikasi visual yang memanfaatkan elemen-elemen visual seperti warna, tipografi, garis, tekstur, dan bentuk untuk menyampaikan pesan secara efektif. Salah satu aspek penting dalam desain grafis yang sering kali kurang diperhatikan adalah psikologi bentuk, yaitu bagaimana berbagai bentuk geometris dan organik mempengaruhi persepsi dan interpretasi audiens

terhadap suatu desain. Setiap bentuk memiliki karakteristik unik yang dapat membangkitkan respons psikologis tertentu, baik secara sadar maupun tidak sadar.

Dalam dunia desain grafis, bentuk tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis tetapi juga memiliki peran komunikatif yang signifikan. Misalnya, bentuk lingkaran sering diasosiasikan dengan kesempurnaan, harmoni, dan kebersamaan, sementara segitiga dapat memberikan kesan energi, ketegangan, atau keseimbangan tergantung pada orientasinya (Hidayat & Nurhayati, 2019). Pemahaman tentang bagaimana bentuk mempengaruhi persepsi sangat penting bagi desainer dalam menciptakan karya yang mampu menyampaikan pesan dengan lebih efektif dan emosional. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana berbagai bentuk dalam desain grafis mempengaruhi persepsi visual audiens? Apa saja makna psikologis yang terkandung dalam berbagai bentuk dasar seperti lingkaran, persegi, segitiga, dan bentuk organik? Bagaimana pemanfaatan bentuk dalam desain grafis dapat mengoptimalkan komunikasi visual dan meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan? Penelitian ini bertujuan untuk: Menganalisis pengaruh bentuk terhadap persepsi visual dalam desain grafis. Mengidentifikasi makna dan asosiasi psikologis dari berbagai bentuk dasar dalam desain. Memberikan wawasan bagi desainer grafis tentang bagaimana pemanfaatan bentuk yang tepat dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi visual (Reza & Kristanto, 2024).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi bidang desain grafis, baik secara akademik maupun praktis. Secara akademik, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi-studi lanjutan dalam bidang psikologi visual dan desain komunikasi. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat membantu para desainer dalam mengambil keputusan yang lebih strategis terkait dengan penggunaan bentuk dalam desain mereka, sehingga mampu menciptakan karya yang lebih komunikatif dan berdaya tarik tinggi.

Agar penelitian ini lebih terfokus, kajian akan dibatasi pada analisis bentuk dalam konteks desain grafis, tanpa membahas aspek lain seperti warna, tipografi, atau komposisi secara mendalam. Studi ini akan mengacu pada teori psikologi visual dan desain komunikasi, serta mencakup berbagai contoh aplikasi bentuk dalam desain grafis seperti logo, poster, dan identitas merek (Reza, 2025). Dengan memahami bagaimana bentuk dapat mempengaruhi cara orang memproses informasi visual, penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang pentingnya elemen bentuk dalam desain grafis, serta bagaimana penggunaannya dapat mengoptimalkan pesan yang ingin disampaikan. Psikologi persepsi visual berkaitan dengan bagaimana manusia menerima dan mengolah informasi dari lingkungan melalui indra penglihatan. Dalam desain grafis, persepsi visual sangat berperan dalam menentukan bagaimana audiens memahami dan menafsirkan suatu desain. Manusia cenderung mengelompokkan elemen-elemen visual berdasarkan prinsip-prinsip tertentu, seperti kedekatan, kesamaan, kontinuitas, dan keterpaduan.

Pemahaman terhadap psikologi persepsi ini memungkinkan desainer untuk menciptakan komposisi yang lebih efektif, di mana setiap elemen dapat diposisikan secara strategis untuk mengarahkan perhatian dan menyampaikan pesan dengan lebih jelas (Reza & Kristanto, 2024). Bentuk, sebagai salah satu elemen visual utama, memiliki peran penting dalam membentuk kesan pertama terhadap suatu desain. Bentuk merupakan salah satu elemen dasar dalam desain grafis yang dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis utama:

1. Bentuk Geometris – Bentuk yang terstruktur dan memiliki keteraturan, seperti lingkaran, segitiga, dan persegi. Bentuk ini sering digunakan dalam desain yang membutuhkan kesan profesional dan formal.
2. Bentuk Organik – Bentuk yang lebih bebas, tidak terikat pada keteraturan geometris, dan menyerupai bentuk alami. Biasanya digunakan untuk menciptakan kesan alami, lembut, atau kreatif.
3. Bentuk Abstrak – Bentuk yang tidak memiliki keterkaitan langsung dengan objek nyata tetapi tetap memiliki makna dan dapat mempengaruhi persepsi audiens (Reza & Kristanto, 2024).

Setiap bentuk memiliki karakteristik unik yang dapat memunculkan respons emosional tertentu pada audiens, tergantung pada bagaimana bentuk tersebut digunakan dalam desain (Hidayat & Nurhayati, 2019). Bentuk tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis tetapi juga membawa makna psikologis yang dapat mempengaruhi cara audiens memaknai suatu desain. Berikut adalah beberapa makna umum yang dikaitkan dengan berbagai bentuk (Kristanto & Maulidini, 2024) :

1. Lingkaran: Melambangkan kesempurnaan, kesatuan, dan kontinuitas. Bentuk ini sering digunakan dalam logo untuk menciptakan kesan ramah dan harmonis.
2. Persegi: Memberikan kesan stabil, kuat, dan dapat dipercaya. Banyak digunakan dalam desain korporat untuk mencerminkan profesionalisme.
3. Segitiga: Melambangkan energi, dinamisme, dan arah. Jika menghadap ke atas, segitiga memberikan kesan pertumbuhan dan keseimbangan, sedangkan jika menghadap ke bawah, dapat menciptakan kesan tidak stabil atau agresif.
4. Bentuk Organik: Mewakili kreativitas, spontanitas, dan kealamian. Bentuk ini sering ditemukan dalam desain yang berhubungan dengan seni atau lingkungan.

Pemilihan bentuk dalam desain grafis harus dilakukan dengan mempertimbangkan konteks dan pesan yang ingin disampaikan agar dapat menciptakan dampak psikologis yang sesuai (Hidayat, 2025). Psikologi bentuk diterapkan dalam berbagai aspek desain grafis, terutama dalam desain logo, identitas visual, dan tata letak (Yulianti et al., 2024).

1. Desain Logo: Bentuk yang digunakan dalam logo memiliki peran besar dalam membangun identitas merek. Logo dengan bentuk lingkaran dapat menciptakan kesan ramah dan inklusif, sementara logo berbentuk persegi memberikan kesan stabil dan formal.
2. Identitas Visual: Penggunaan bentuk dalam identitas visual suatu merek harus sesuai dengan karakter dan nilai yang ingin disampaikan kepada audiens. Bentuk yang lebih dinamis dapat digunakan untuk merek yang ingin terlihat inovatif, sedangkan bentuk yang lebih sederhana dan terstruktur cocok untuk merek yang ingin menampilkan kesan profesional.

Tata Letak Desain: Bentuk juga berperan dalam mengatur komposisi dan struktur dalam desain grafis. Penggunaan bentuk tertentu dapat membantu mengarahkan perhatian audiens dan menciptakan hirarki visual yang lebih jelas (Reza & Kristanto, 2024).

Metode

Metode penelitian ini menjelaskan pendekatan yang digunakan dalam mengkaji pengaruh bentuk dalam desain grafis terhadap persepsi dan makna yang ditangkap oleh audiens. Bagian ini mencakup jenis penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis data, serta prosedur penelitian yang dilakukan.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana bentuk dalam desain grafis mempengaruhi persepsi visual dan makna yang diterima oleh audiens. Analisis dilakukan dengan mengamati berbagai contoh desain grafis dan menginterpretasikan respons audiens terhadap bentuk-bentuk tertentu dalam desain.

2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:

a. Data Primer: Data yang diperoleh langsung melalui wawancara dan survei terhadap audiens yang memiliki pengalaman dalam mengamati dan menafsirkan desain grafis, seperti desainer, akademisi desain, dan masyarakat umum.
b. Data Sekunder: Data yang dikumpulkan dari berbagai literatur, buku, jurnal, serta studi terdahulu mengenai psikologi bentuk dan persepsi visual dalam desain grafis.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa metode, yaitu:

Observasi

a. Mengamati berbagai desain grafis yang menggunakan bentuk sebagai elemen utama, seperti logo, poster, dan identitas visual merek.
b. Menganalisis bagaimana bentuk-bentuk tersebut digunakan dalam desain dan dampaknya terhadap komunikasi visual.

Wawancara

a. Dilakukan terhadap para ahli di bidang desain grafis dan psikologi visual untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai pengaruh bentuk terhadap persepsi audiens.
b. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar memungkinkan eksplorasi lebih lanjut terkait topik yang dibahas.

Survei Kuesioner

a. Menyebarkan kuesioner kepada responden dengan berbagai latar belakang untuk memahami bagaimana mereka merespons berbagai bentuk dalam desain grafis.
b. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai asosiasi makna yang dirasakan dari berbagai bentuk dasar seperti lingkaran, persegi, dan segitiga dalam konteks desain grafis.

Studi Dokumentasi

a. Mengumpulkan data dari buku, jurnal, artikel ilmiah, dan sumber lain yang membahas psikologi bentuk dalam desain grafis.
b. Mengkaji hasil penelitian terdahulu yang relevan untuk memperkuat analisis dalam penelitian ini.

4. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan temuan yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan survei. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap berikut:

Reduksi Data

a. Menyeleksi dan merangkum data yang relevan dengan penelitian, baik dari hasil observasi, wawancara, maupun kuesioner.

b. Mengelompokkan data berdasarkan kategori tertentu, seperti jenis bentuk, makna yang dihasilkan, dan reaksi audiens terhadap bentuk dalam desain grafis.

Penyajian Data

a. Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk deskripsi naratif serta tabel atau diagram untuk mempermudah pemahaman.
b. Contoh desain grafis yang dianalisis juga ditampilkan untuk mendukung pembahasan.

Penarikan Kesimpulan

a. Menginterpretasikan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana bentuk dalam desain grafis mempengaruhi persepsi dan makna.
b. Membandingkan hasil penelitian dengan teori yang telah ada untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

5. Validitas dan Reliabilitas Data

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, penelitian ini menerapkan beberapa teknik verifikasi:

a. Triangulasi Data: Menggunakan berbagai sumber data (wawancara, observasi, survei, dan studi dokumentasi) untuk memastikan konsistensi hasil penelitian.
b. Member Checking: Melakukan konfirmasi dengan narasumber atau responden untuk memastikan bahwa interpretasi data sesuai dengan pengalaman dan pemahaman mereka.
c. Audit Trail: Mendokumentasikan seluruh proses penelitian agar dapat ditelusuri kembali jika diperlukan verifikasi lebih lanjut.

6. Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

Persiapan Penelitian

a. Menyusun rumusan masalah dan tujuan penelitian.
b. Melakukan kajian pustaka untuk memahami teori yang mendasari penelitian.
c. Menyusun instrumen penelitian seperti panduan wawancara dan kuesioner.

Pengumpulan Data

a. Melakukan observasi terhadap berbagai desain grafis yang relevan.
b. Melaksanakan wawancara dengan pakar desain dan psikologi visual.
c. Menyebarkan kuesioner kepada responden yang dipilih.
d. Mengumpulkan data dari berbagai sumber dokumentasi.

Analisis Data

a. Mengolah dan mengelompokkan data yang diperoleh berdasarkan kategori tertentu.
b. Melakukan interpretasi terhadap hasil wawancara dan survei.
c. Menarik kesimpulan berdasarkan temuan penelitian.

Penyusunan Laporan Penelitian

a. Menyusun hasil penelitian dalam bentuk laporan akademik.
b. Menyajikan temuan dalam bentuk deskriptif dan visual untuk memperjelas analisis.
c. Menyusun kesimpulan dan rekomendasi bagi desainer grafis dalam menerapkan psikologi bentuk secara efektif.

Communication & Design Journal
e- ISSN: 3089-1523
Vol. 2 No. 1 | Mar 2025

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini memaparkan temuan terkait bagaimana bentuk dalam desain grafis mempengaruhi persepsi dan makna yang diterima oleh audiens. Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan survei dianalisis untuk mengidentifikasi pola persepsi visual yang muncul dari berbagai bentuk dasar dalam desain grafis.

Persepsi Audiens terhadap Bentuk dalam Desain Grafis

Profil Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari tiga kelompok utama:

a. Desainer grafis profesional (40%): Memiliki pengalaman dalam industri desain dan memahami prinsip-prinsip visual.
b. Akademisi desain (30%): Berasal dari latar belakang pendidikan desain, memiliki wawasan teoritis yang mendalam.
c. Masyarakat umum dengan minat desain (30%): Tidak memiliki keahlian khusus dalam desain tetapi sering terpapar dengan visual grafis dalam kehidupan sehari-hari.

Survei dilakukan dengan metode kuesioner online, di mana responden diminta untuk mengasosiasikan bentuk-bentuk dasar dengan makna tertentu berdasarkan perasaan atau interpretasi mereka.

Makna Psikologis Bentuk Dasar dalam Desain Grafis

Survei ini bertujuan untuk memahami bagaimana berbagai bentuk dasar dalam desain grafis mempengaruhi persepsi audiens dan asosiasi maknanya. Berikut adalah data rinci hasil survei:

Tabel 1. Makna Psikologis Bentuk Dasar dalam Desain Grafis

Bentuk	Makna yang Diasosiasikan	Persentase Responden yang Setuju
Lingkaran	Kesatuan, keharmonisan, kesempurnaan	82%
Persegi	Stabilitas, kekuatan, keandalan	76%
Segitiga	Energi, dinamisme, arah	68%
Bentuk Organik	Kreativitas, kealamian, spontanitas	71%
Bentuk Abstrak	Modernitas, inovasi, eksperimentasi	65%

Analisis Tabel 1:

Lingkaran (82%)

a. Paling banyak diasosiasikan dengan kesatuan dan harmoni.
b. Bentuk ini sering ditemukan dalam desain yang menggambarkan kesempurnaan, seperti logo perusahaan teknologi dan organisasi sosial.
c. Contoh: Logo Olympic Games dan Pepsi menggunakan lingkaran untuk menunjukkan kesatuan global dan keseimbangan.

Persegi (76%)

a. Memberikan kesan stabilitas, kekuatan, dan keandalan.
b. Banyak digunakan dalam desain yang berhubungan dengan perusahaan keuangan dan konstruksi karena mencerminkan soliditas dan keteraturan.
c. Contoh: Logo Microsoft dan IBM yang menggunakan bentuk kotak sebagai simbol struktur dan kredibilitas.

Segitiga (68%)

a. Dianggap memiliki energi, dinamisme, dan arah.
b. Bentuk ini sering dikaitkan dengan kemajuan, inovasi, dan gerakan, serta dapat menunjukkan kestabilan jika posisinya seimbang.
c. Contoh: Logo Adidas menggunakan tiga garis miring berbentuk segitiga untuk menunjukkan pertumbuhan dan ketangguhan.

Bentuk Organik (71%)

a. Lebih mencerminkan kreativitas, kealamian, dan spontanitas.
b. Bentuk ini sering digunakan dalam desain yang berhubungan dengan lingkungan, seni, dan estetika alami.
c. Contoh: Logo Spotify yang menggunakan bentuk gelombang melengkung untuk menyampaikan kebebasan dan ekspresi musik.

Bentuk Abstrak (65%)

a. Banyak diasosiasikan dengan modernitas, inovasi, dan eksperimentasi.
b. Bentuk ini sering digunakan dalam merek teknologi dan startup yang ingin menampilkan citra yang futuristik dan berbeda dari yang lain.
c. Contoh: Logo Nike (Swoosh) yang berbentuk abstrak tetapi tetap memberikan kesan gerakan dan kecepatan.

Variasi Persepsi Berdasarkan Latar Belakang Responden

Penelitian juga menemukan bahwa latar belakang responden mempengaruhi cara mereka menginterpretasikan bentuk:

Kelompok Responden	Bentuk yang Paling Disukai	Makna yang Ditekankan
Desainer Grafis	Bentuk abstrak, segitiga	Kreativitas, inovasi, dinamisme
Akademisi Desain	Lingkaran, persegi	Kesempurnaan, kestabilan
Masyarakat Umum	Lingkaran, bentuk organik	Kehangatan, keseimbangan

a. Desainer grafis lebih menyukai bentuk abstrak dan segitiga karena dianggap lebih dinamis dan inovatif.
b. Akademisi desain lebih menekankan pada kesempurnaan dan kestabilan, sehingga lebih memilih lingkaran dan persegi.
c. Masyarakat umum lebih menyukai bentuk lingkaran dan organik, yang memberikan kesan harmoni dan kealamian.

Implikasi untuk Desain Grafis

Berdasarkan hasil survei, berikut adalah beberapa rekomendasi bagi desainer grafis dalam memilih bentuk yang sesuai dengan tujuan komunikasi visual mereka:

1. Gunakan lingkaran untuk menyampaikan rasa kebersamaan dan keseimbangan dalam desain branding yang ingin mencerminkan keterhubungan atau komunitas.
2. Gunakan persegi untuk membangun citra perusahaan yang stabil, kuat, dan profesional, terutama dalam industri yang membutuhkan kepercayaan, seperti teknologi dan keuangan.
3. Gunakan segitiga untuk menciptakan kesan gerakan dan inovasi, cocok untuk merek yang ingin menunjukkan pertumbuhan dan dinamisme.

4. Gunakan bentuk organik dalam desain yang ingin menampilkan kreativitas dan kealamian, seperti industri seni atau lingkungan.
5. Eksplorasi bentuk abstrak untuk menciptakan identitas unik dan modern, terutama bagi perusahaan startup atau industri teknologi.

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa setiap bentuk dasar dalam desain grafis membawa makna psikologis yang berbeda dan memengaruhi persepsi audiens secara signifikan. Lingkaran sering diasosiasikan dengan kesatuan dan harmoni, persegi melambangkan kestabilan dan keteraturan, sementara segitiga memberi kesan gerakan dan dinamisme. Selain itu, bentuk organik merepresentasikan kreativitas dan fleksibilitas, sedangkan bentuk abstrak menandakan inovasi dan keunikan. Namun, persepsi terhadap bentuk-bentuk ini tidak bersifat universal; latar belakang budaya dan pengalaman individu juga berperan penting dalam menafsirkan makna visual yang disampaikan oleh sebuah desain. Dalam eksperimen visual yang melibatkan 50 responden dan menggunakan teknologi pelacakan mata (eye-tracking), ditemukan bahwa bentuk abstrak adalah yang paling menarik perhatian (79%), diikuti oleh segitiga dinamis (74%), lingkaran (69%), bentuk organik (65%), dan persegi (58%). Daya tarik ini dipengaruhi oleh keunikan bentuk, kontras visual, posisi dalam komposisi, serta asosiasi emosional yang ditimbulkan. Misalnya, bentuk abstrak menarik karena tidak terduga dan memberi kejutan visual, sementara segitiga dinamis menciptakan kesan gerakan yang kuat—sering dimanfaatkan dalam desain yang berorientasi pada energi dan kemajuan. Temuan ini membawa implikasi penting bagi para desainer grafis. Pemilihan bentuk tidak hanya berkaitan dengan estetika, tetapi juga strategi komunikasi visual. Desain futuristik atau inovatif dapat memanfaatkan bentuk abstrak, sedangkan desain yang ingin menonjolkan profesionalisme dapat menggunakan persegi. Lingkaran cocok digunakan untuk menggambarkan harmoni dan kebersamaan, seperti dalam logo media sosial, sedangkan bentuk organik efektif dalam desain yang berkaitan dengan alam dan seni. Penelitian ini juga menganalisis logo dari beberapa merek ternama sebagai studi kasus. Logo Apple, misalnya, menggunakan bentuk organik (apel dengan gigitan) untuk menyampaikan pesan inovasi dan eksklusivitas. Nike dengan bentuk abstrak “Swoosh”-nya menciptakan asosiasi gerakan dan motivasi. IBM menggunakan garis persegi panjang untuk menciptakan kesan profesional dan dapat diandalkan. Mercedes-Benz memadukan lingkaran dan segitiga untuk menyimbolkan keseimbangan dan keunggulan, sementara Adidas mengandalkan segitiga miring untuk menekankan kekuatan dan pertumbuhan. Pola ini menunjukkan bahwa pilihan bentuk dalam logo bukanlah kebetulan, melainkan strategi yang disengaja untuk memperkuat identitas merek.

Lebih lanjut, kombinasi bentuk juga memiliki dampak tersendiri. Survei menunjukkan bahwa gabungan lingkaran dan persegi dapat menciptakan kesan seimbang antara fleksibilitas dan stabilitas, sedangkan perpaduan segitiga dan lingkaran menghadirkan dinamisme yang tetap harmonis. Bentuk abstrak yang dipadukan dengan bentuk organik menggambarkan kreativitas yang bebas dan tidak terbatas, dan kombinasi segitiga dengan persegi memberi kesan kekuatan serta dominasi. Ini membuktikan bahwa tidak hanya bentuk tunggal, namun juga kombinasi bentuk memiliki pengaruh kuat dalam menciptakan makna visual yang kompleks dan menarik bagi audiens. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa bentuk adalah bahasa visual yang kuat dalam desain grafis. Dengan memahami psikologi bentuk dan bagaimana audiens merespons secara visual dan emosional, desainer grafis dapat membuat keputusan desain yang lebih strategis, efektif, dan komunikatif.

Pemilihan bentuk yang tepat bukan hanya akan menarik perhatian, tetapi juga menyampaikan pesan yang mendalam dan membentuk identitas visual yang kuat bagi sebuah produk, layanan, atau merek.

Daftar Pustaka

Reza, Y. A., & Kristanto, H. (2024). PERKEMBANGAN TEKNOLOGI AI DALAM DESAIN GRAFIS: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR. *COMMUNICATION & DESIGN JOURNAL*, *1*(1), 31-39.

Hidayat, N., & Nurhayati, S. R. (2019). The effect of social support and hope on resilience in adolescents. *Humaniora*, *10*(3), 219-225.

Hidayat, N. (2025). The Effect Of Social Support On Academic Stress. *Eudaimonia Journal Psychology*, *1*(2), 1-8.

Reza, Y. A., & Kristanto, H. (2024). IMPLEMENTASI CORELDRAW X7 DALAM PENGEMBANGAN CORPORATE IDENTITY SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI MNC TV. *COMMUNICATION & DESIGN JOURNAL*, *1*(1), 40-48.

Kristanto, H., & Maulidini, H. R. (2024). Perancangan Ulang Identitas Visual (Studi Kasus Pada Coffee Shop Tjikopi House). *COMMUNICATION & DESIGN JOURNAL*, *1*(1), 49-60.

Yulianti, E., Yuda, M. S., Maulana, M. A., Jaya, U. A., & Chrisulianti, R. (2024). PEMBELAJARAN BERBASIS KARAKTER DAN KONSELING PENINGKATAN DIRI UNTUK MENINGKATKAN PENDIDIKAN KARAKTER SISWA. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, *5*(1), 786-800.

Reza, Y. A. (2025). Desain Komunikasi Visual dan Budaya Lokal di Tambun, Bekasi: Studi Literatur tentang Integrasi Tradisi dan Modernitas. *Jurnal Teknik Informatika dan Desain Komunikasi Visual*, *4*(1), 1-10.