

**ANALISIS MAKNA BENTUK DAN PERANAN
WARNA PADA DESAIN LOGO BRAND UTENN
COFFEE**

SKRIPSI

Oleh :

RUHDI ARISKY
NPM : 1903110007

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Penyiaran**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Mahasiswa : **RUHDI ARISKY**
NPM : 1903110007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Kamis, 21 September 2023
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai

PENGUJI I : **Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom**

(.....)

PENGUJI II : **Dr. JUNAIDI, S.Pdi, M.Si**

(.....)

PENGUJI III : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom**

(.....)

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom



Unggul, Cerdas, Terpercaya

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan Skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Mahasiswa : **RUHDI ARISKY**
NPM : 1903110007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Makna Bentuk dan Peranan Warna Pada Desain Logo Brand Utenn Coffee

Medan, 21 September 2023

PEMBIMBING

FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos. M.I.Kom
NIDN. 0121058202

Disetujui Oleh :

KETUA PROGRAM STUDI

AKHYAR ANSHORI, S.Sos. M.I.Kom.
NIDN. 0127048401

DEKAN



ABREY SALEH, S.Sos. M.SP
NIDN. 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya RUHDI ARISKY, NPM 1903110007, menyatakan dengan ini sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau mengambil karya ilmiah orang lain, adalah tindakan kejahatan yang di hukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau plagiat, atau karya jiplakan dan karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis di dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi ini saya beserta nilai-nilai ujian saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 2 Oktober 2023

Yang Menyatakan



RUHDI ARISKY

1903110007

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil ‘alamiin puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Makna Bentuk dan Peranan Warna Pada Desain Logo Brand Utenn Coffee”. Sholawat beriring salam tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW semoga syafa’at beliau tercurahkan kepada kita semua. Skripsi ini merupakan tugas akhir bagi mahasiswa guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Selanjutnya penulis hanturkan ungkapan terima kasih sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta yakni Bapak Samsuddin dan Ibu Jawiriyah selaku kakek dan nenek penulis yang selalu menjadi orang terdepan memberikan do’a, kasih sayang juga dukungan baik moril juga materi sehingga penulis dapat melanjutkan Pendidikan hingga ke jenjang ini. Semoga Kakek, Nenek dan seluruh keluarga penulis selalu sehat dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Amiin. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada Bapak Edi dan Ibu Beby selaku orang tua penulis yang juga selalu memberikan dukungan penuh dan do’a tiada henti kepada penulis demi kelancaran penyelesaian skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP. Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Wakil dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.Ap selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori S.Sos.,M.I.Kom Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos.,M.I.Kom Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara juga selaku pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran maupun dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta pegawai Biro FISIP UMSU yang telah membantu penulis dalam memenuhi kelengkapan berkas-berkas penulis.
8. Kepada Ibu Fatimah syam bibi bagi penulis yang selalu memberi semangat penuh atas penulisan skripsi ini.
9. Kepada Ilma Ruhmi S.E selaku pendamping yang juga telah membantu penulis dari awal hingga akhir pada pengerjaan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman perantauan Angga Retsa, Renaldi, Habibullah yang selalu mengingatkan dan memberi semangat hingga penulisan skripsi ini

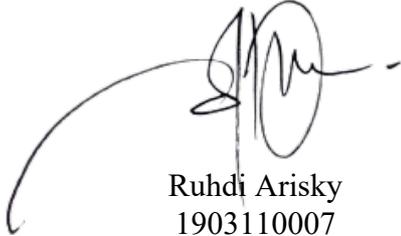
berjalan dengan lancar.

11. Kepada teman seperjuangan penulis Baginda Ramdani, S.I.Kom yang juga selalu memberikan dukungan penuh atas berlangsungnya pengerjaan skripsi ini.
12. Kepada teman seperjuangan Ernanda, Tasya, Adhira yang selalu memberi dukungan penuh atas penulisan skripsi ini.
13. Kepada abang-abang penulis Satria, Kiki, Ihsan, Fandi yang terus memberi semangat dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Kepada owner Utenn Coffee dan seluruh manajemen yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian dalam pengerjaan skripsi ini.
15. Kepada keluarga besar C.V Rambutan Kembar Jaya yang telah memberikan dukungan penuh dalam pengerjaan skripsi ini.
16. Kepada Kucing-Kucing penulis yang selalu menemani penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
17. Kepada Ibu Rahmah yang juga terus memberikan dukungan kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini berlangsung.
18. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis menyadari pengerjaan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi pembahasan maupun dari segi penulisan. Oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun guna menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik lagi di masa yang akan datang.

Akhir kata hanya kepada Allah SWT penulis menyerahkan diri dan semoga kita tetap berada pada didalam lindungan-Nya. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian serupa. Amin Ya Rabbal 'Alaammiin.

Medan, 6 Oktober 2023

Penulis,



Ruhdi Arisky
1903110007

ANALISIS MAKNA BENTUK DAN PERANAN WARNA PADA DESAIN BRAND LOGO UTENN COFFEE

RUHDI ARISKY

1903110007

ABSTRAK

Logo merupakan sebuah identitas visual bagi perusahaan atau organisasi yang menggambarkan karakteristik untuk mengidentifikasi dan mengenali sebuah produk pada suatu perusahaan atau organisasi. Fokus pada penelitian ini adalah menganalisis makna bentuk logo dan peranan warna pada desain logo brand Utenn Coffee. Utenn Coffee merupakan salah satu kedai kopi yang bergerak pada industri kopi dalam menyediakan produk pangan dan jasa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna dari pada bentuk dan peranan warna pada desain logo brand Utenn Coffee. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang menggunakan Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian yang diperoleh pada penelitian ini yaitu mengetahui makna bentuk dan peranan warna pada desain logo brand Utenn Coffee, setiap elemen yang ditetrapkan pada desain logo memiliki arti mendalam yang menggambarkan karakteristik dari Utenn Coffee, desain logo yang berbentuk U memberikan kesan tegas yang memudahkan konsumen atau masyarakat dalam mengingat dan mengenali identitas Utenn Coffee. Penerapan warna putih pada logo memberi kesan transparan pada Utenn Coffee dalam melayani konsumen. Hitam melambangkan kekuatan dan keteguhan Utenn Coffee dalam menjalankan usaha hingga saat ini. Emas melambangkan makna kesuksesan pada nilai jual yang saat ini diperoleh Utenn Coffee.

Kata kunci : bentuk logo, peranan warna logo & Utenn Coffe

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pembatasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Manfaat Teoritis	5
1.5.2 Manfaat Praktis	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II	7
URAIAN TEORITIS	7
2.1 Logo	7
2.1.1 Jenis Logo	9
2.1.2 Fungsi Logo	13
2.2 Bentuk	14
2.3 Makna Bentuk	15
2.4 Warna	17
2.5 Peranan Warna	17
2.6 Utenn Coffee	19
2.6.1 Sejarah Utenn Coffee	19
2.6.2 Logo Utenn Coffee.....	21
2.6.3 Warna Logo Utenn Coffee	22

BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Kerangka Konsep.....	23
3.3 Defenisi Konsep.....	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6.1 Observasi.....	25
3.6.2 Wawancara.....	26
3.6.3 Dokumentasi.....	26
3.7 Teknik Analisi Data.....	27
3.7.1 Tahap Redukasi data.....	27
3.7.2 Tahap Penyajian Data (Data Display).....	27
3.7.3 Simpulan atau Verifikasi.....	28
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	28
BAB IV	29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Hasil Penelitian.....	29
4.1.1 Proses Pengumpulan Data.....	29
4.2 Pembahasan.....	37
BAB V	44
PENUTUP	44
5.1 Simpulan.....	44
5.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN-LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Kategorisasi Penelitian.....	25
Table 2.1 Tabel peran dan warna logo Utenn Coffee	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Letter Mark.....	9
Gambar 2.1 Contoh Logo Pictorial Mark	10
Gambar 3.1 Contoh Logo Abstrak.....	10
Gambar 4.1 Contoh Logo Lambang.....	11
Gambar 5.1 Contoh Logo Word Mark.....	11
Gambar 6.1 Contoh Logo Maskot.....	12
Gambar 7.1 Contoh Logo Kombinasi	12
Gambar 8.1. Logo Brand Utenn Coffee	22
Gambar 9.1. Kerangka Konsep Penelitian	24
Gambar 11.1 Bedah Elemen Logo	32
Gambar 12.1 Bentuk U Logo Utenn Coffee	33
Gambar 13.1 Pembaharuan Warna Logo	34
Gambar 14.1 Garis Geometris acak	36
Gambar 15.1 Perubahan Logo Utenn Coffee.....	37
Gambar 16.1 Contoh Jenis Logo Pictorial Mark	40
Gambar 17.1 Box Logo Utenn Coffee Bandung.....	49
Gambar 18.1 Kedai Kedua Utenn Coffee Bandung.....	49
Gambar 19.1 Kedai Pertama Utenn Coffee Bandung	50
Gambar 20.1 Kedai Utenn Coffee Aceh	51
Gambar 21.1 Kedai Utenn Coffee Bandung	52
Gambar 22.1 Kedai Utenn Coffee Aceh	52
Gambar 23.1 Foto Produk Utenn Coffee	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Identitas merupakan suatu hal yang penting untuk mengidentifikasi dan mengenali sebuah produk, jasa dan lembaga atau organisasi. Identitas berguna untuk mempermudah, mengingat dan membedakan antara satu dengan lainnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata identitas berarti ciri-ciri atau keadaan seseorang atau jati diri. Identitas visual juga merupakan suatu hal yang dapat memberikan suatu nilai tambah pada produk atau jasa. Identitas visual adalah fondasi yang sangat penting dalam membangun *branding* pada khalayak, sehingga menjadi acuan pertimbangan terhadap suatu hal yang berhubungan. Identitas visual apabila diibaratkan pada diri manusia merupakan penampakan atau penampilan fisik secara keseluruhan. Mulai dari pakaian yang digunakan, wajah, gaya rambut, dan sebagainya. Instansi perusahaan atau produk juga memiliki sebuah identitas visual sebagai penanda atau pengenal yang penggambarannya meliputi beberapa unsur elemen visual tidak hanya logo semata, identitas visual juga meliputi nama, *tagline*, warna, tipografi, dan elemen gambar (I Nyoman Jayanegara & Setiawan, 2020).

Logo dalam identitas visual merupakan elemen utama yang diibaratkan menjadi suatu wajah dalam suatu instansi, perusahaan atau organisasi. Karena logo mempresentasikan dan mencerminkan lingkungan kerja, visi dan misi, serta citra dari sebuah perusahaan. Bukan hanya itu logo juga digunakan sebagai media komunikasi pemasaran sebuah usaha. Penerapan bentuk dan warna pada logo dapat

dijadikan sebagai sarana dalam strategi pemasaran suatu perusahaan atau instansi. Menurut (Sari & Anshori, 2021) komunikasi pemasaran digunakan sebagai sarana untuk membuju, menginformasikan dan mengingatkan konsumen terhadap produk yang dijual oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam pengertiannya logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu produk, jasa maupun organisasi. Logo dalam penerapannya juga digunakan sebagai media periklanan atau pemasaran, karena pada sebuah simbol audiens lebih mudah untuk menelaah dari pada sebuah kata maupun kalimat. Proses perancangan suatu logo selalu melalui beberapa tahap riset pandang dan beberapa pertimbangan agar dapat merepresentasi visi dan misi pada setiap lembaga, maka dari itu logo sangat berpengaruh besar dalam sebuah identitas (Nasution, 2017).

Aceh khususnya gayo adalah sebuah wilayah yang sangat terkenal dengan hasil alamnya yaitu kopi atau biasa disebut dengan kopi gayo. Utenn coffee merupakan suatu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak dalam mengelola kopi, serta mendistribusikan produk dalam bentuk minuman. Logo atau *Brand Identity* bagi sebuah organisasi atau perusahaan sangatlah penting, dimana logo merupakan media utama dalam mengkomunikasikan maksud dan tujuan daripada suatu perusahaan atau brand. Pada usaha kuliner atau makanan logo bukan hanya sebagai simbol karakteristik dan penyampaian nilai, logo juga digunakan sebagai daya tarik untuk memikat pelanggan. Oleh karena itu, Utenn Coffee mendesain sebuah logo dimana berfungsi sebagai pengenalan atau *branding* kepada khalayak serta menjadi daya tarik terhadap konsumen. Namun di balik itu semua

banyak yang tidak mengerti apa maksud makna dari bentuk serta peranan warna pada sebuah logo.

Bentuk dan warna yang digunakan pada sebuah logo tentunya memiliki makna tersendiri. Hal ini akan menjadi suatu penguat dari pada sebuah instansi perusahaan atau organisasi. Bentuk dan warna dari sebuah logo perusahaan didesain dan disepakati sesuai dengan visi serta misi tertentu. Namun dalam hal itu banyak yang belum menyadari bahwa pentingnya bentuk serta peranan warna pada sebuah logo. Penelitian makna terhadap logo instansi, perusahaan atau organisasi sudah banyak di teliti, salah satunya pada penelitian (Sukanda & Riando, 2020) menerangkan bahwa logo memiliki makna yang menggambarkan suatu yang berkelas, bentuk daripada logo dapat menggambarkan produk dengan perusahaan yang memiliki keterkaitan satu dan lainnya serta warna pada logo memiliki makna elemen komunikasi baik itu perusahaan maupun produk.

Utenn Coffee memiliki latar belakang yang inspiratif berawal dari ruang lingkup perkumpulan para pemuda-pemuda pengangguran, tempat dimana para pemuda tersebut mendapatkan pemecahan atau solusi atas permasalahan yang mereka miliki. Hingga Utenn Coffee menjadi rumah pengaduan bagi mereka yang memiliki masalah keluarga, cinta hingga permasalahan bisnis. Bergerak 7 tahun dibidang industry kopi, Utenn Coffee telah banyak mengalami rintangan untuk tetap berdiri hingga saat ini. Banyaknya konsumen Utenn Coffee yang berasal dari kalangan remaja, Utenn Coffee memberi edukasi kopi bagi mereka yang ingin belajar, Mulai dari membuat dan menjual kopi, level roastery hingga manajemenen bisnis mengingat besarnya angka pengangguran di lingkungan anak muda.

Utenn Coffee terus berkembang hingga saat ini memiliki 4 Cabang di Aceh hingga Bandung. Dari setiap jalan yang ditempuh tidak luput dari pada identitas Utenn Coffee dengan logo berbentuk “U” yang memiliki 3 elemen dasar daun, akar dan orang berdoa membuat identitas tersebut sangat mempresentasikan Utenn Coffee dengan makna-makna tersendiri pada setiap elemen dari logo tersebut.

Selanjutnya penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (I Nyoman Jayanegara & Setiawan, 2020) yang meneliti “Analisis bentuk pada identitas visual STIMIK STIKOM Indonesia” dan sejalan dengan penelitian (Firman Ilham Akbar, 2020) yang mengkaji tentang “Analisis perubahan bentuk dan makna identitas visual Institut Seni Indonesia”. Namun dari beberapa referensi penelitian yang telah penulis baca hanya ada beberapa saja yang membahas makna dari bentuk logo dan masih sedikit yang membahas peranan warna pada logo. Atas dasar ini penulis berfokus untuk mengkaji makna dari bentuk dan peranan warna pada logo brand Utenn Coffee.

1.2 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya pembahasan dan untuk mempertajam analisis penelitian, peneliti memberikan batasan masalah dengan hanya berfokus pada analisis makna bentuk dan peranan warna pada desain logo brand utenn coffee.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka permasalahannya yang menjadi fokus dan pokok bahasan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana

menganalisis makna bentuk dan peranan warna pada desain logo brand Utenn Coffee serta apa dasar dari pemebntukan dan tujuan logo tersebut”.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apa maksud dan makna dari bentuk dan peranan warna pada logo utenn cofee.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep maupun teori-teori tentang komunikasi, khususnya dalam Analisis makna bentuk dan peranan warna pada logo utenn cofee, serta dapat memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara Praktis hasil dari penelitian ini dapat berkontribusi untuk mengedukasi kepada mesyarakat dan pembaca tentang bagaimana menciptakan sebuah logo serta urgensi terjadinya ketika menentukan sebuah identitas visual atau logo pada perusahaan maupun organisasi. Sehingga dapat dijadikan acuan serta pertimbangan ketika masyarakat menciptakan sebuah identitas visual atau logo.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, pembatas masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian.

BAB II : Uraian Teoritis

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan Logo, Bentuk logo, Makna bentuk logo, Warna, Peranan Warna, Utenn Coffee, Logo Utenn Coffee dan Warna Logo Utenn Coffee.

BAB III : Metode Penulisan

Pada bab ini berisikan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategori informasi, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian serta sistematika penulisan.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Terdiri dari temuan hasil dari penelitian dan Pembahasan tentang makna bentuk dan peranan warna pada Desain Brand Logo Utenn Coffee.

BAB V : Penutup

Pada bab ini berisi tentang Simpulan dan Saran dari penelitian.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Logo

“Logo adalah sebuah karya seni rupa dan tidak bisa lepas dari elemen-elemen senirupa dasar yang membentuknya, seperti garis, bentuk, warna, ruang, tipografi dll, dan Logo harus mencerminkan citra positif dengan cara memaksimalkan pesan-pesan yang menguntungkan dalam bentuk lambang dan gambar”(Alexandromeo, 2022).

Secara pengertian logo merupakan sebuah desain grafis yang mewakili wajah dan citra dari sebuah perusahaan, organisasi, serta brand. Desain grafis adalah bentuk seni yang memiliki tujuan dalam bentuk sosial dalam menyelesaikan masalah-masalah komunikasi dengan memanfaatkan elemen grafis, warna, bentuk dan lainnya (Lubis et al., 2022). Oleh karena itu, Desain dari sebuah logo sangat penting karena menggambarkan identitas dari sebuah perusahaan. Logo memiliki fungsi untuk menarik minat audiens terhadap suatu entitas, baik melalui nama maupun visual atau gambar yang dirancang dengan cermat. Dengan kata lain, logo di desain mewakili ide dan nilai informasi secara visual tanpa menggunakan kata-kata. Logo merupakan salah satu bentuk identitas visual yang mencerminkan perusahaan, organisasi, produk, komunitas, lembaga, atau entitas lainnya. Logo ini mengandung arti dan filosofi yang berasal dari identitas dan budaya lembaga tersebut. Logo atau tanda gambar terdiri dari unsur bentuk dan warna yang menjadi identitas untuk menggambarkan citra atau karakteristik suatu lembaga, perusahaan, atau organisasi.

Logo juga berfungsi sebagai simbol yang mewakili bentuk, wajah, dan eksistensi dari entitas tersebut.

Menurut (SULARKO, 2008) di dalam bukunya yang berjudul “*How to They Think*” logo atau bisa disebut dengan *corporate identity* atau brand identity adalah sebuah tanda yang dimana secara langsung tidak menjual, melainkan memberi suatu identitas yang pada akhirnya akan menjadi sebuah alat pemasaran yang signifikan, dan logo nantinya akan mampu dan juga membantu membedakan suatu produk atau jasa dari pesaingnya.

Menurut (S.Sn, 2009) asal kata logo dari bahasa Yunani logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya yang lebih dulu populer adalah istilah logotype, bukan logo. Logo bisa menggunakan elemen apa saja seperti, tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain.

Logo juga bertujuan untuk mencerminkan visi dan misi lembaga dalam periode penerapannya. Oleh karena itu, logo diharapkan mampu berkomunikasi secara efektif dengan publik, karena logo merupakan salah satu bentuk komunikasi visual. Komunikasi visual merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual mencakup segala sesuatu yang dapat dilihat dan digunakan untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan (Evert, 2020). Arti, makna, atau pesan ini dapat diwujudkan melalui unsur-unsur yang membentuk logo itu sendiri. Setiap desain logo harus memiliki keunikan dan ciri khasnya sendiri. Dalam konteks bisnis, logo dapat diibaratkan sebagai elemen yang merepresentasikan citra suatu perusahaan. Meskipun terlihat sederhana, logo memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas dan nilai jual suatu produk

atau perusahaan. Oleh karena itu, logo memiliki banyak manfaat dalam desain grafis.

Logo juga memiliki peran penting sebagai media promosi yang tidak boleh diabaikan, karena mampu menyampaikan pesan dan kesan yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dengan demikian, logo berfungsi sebagai bentuk identitas bagi lembaga daerah atau perusahaan, sehingga dapat dengan mudah dikenali oleh masyarakat (Santoso, 2020).

2.1.1 Jenis Logo

Menurut (Morr, 2023) logo terbagi menjadi 7 jenis, sebagai berikut :

a. *Letter Mark*

Logo *Letter Mark* atau logo *Monogram* adalah jenis logo yang menggambarkan nama atas suatu perusahaan atau *brand* dengan memanfaatkan inisial nama *brand* nya. Biasanya, logo jenis ini hanya memanfaatkan dua hingga empat huruf saja sesuai dengan brand tersebut, sehingga bisa lebih mudah diingat oleh masyarakat. Beberapa contohnya adalah logo HP, HBO dll. (Cinthya, 2020)

Gambar 1.1 Contoh Letter Mark



Sumber: www.pngmart.com 2023

b. *Pictorial Mark*

Logo *Pictorial Mark* atau symbol adalah suatu logo yang memanfaatkan ikon yang dihiasi dengan grafis tertentu untuk menggambarkan suatu *brand*. Bentuk logo atau ikon tersebut akan terus melekat dan harus mampu mewakili identitas produk atau *brand*. Beberapa contohnya adalah logo Apple, Nike, dll.

Gambar 2.1 Contoh Logo Pictorial Mark



Sumber: www.vecteezy.com 2023

c. *Logo Abstrak*

Logo Abstrak hampir sama dengan *Pictorial Mark*, karena masih memanfaatkan suatu grafis tertentu. Bedanya, jenis logo ini mempunyai suatu bentuk geometris yang acak. Jenis logo ini juga biasanya sangat efektif karena mampu mewakili suatu bisnis secara menyeluruh dalam satu gambar. Beberapa contohnya adalah logo Pepsi, Adidas, dll.

Gambar 3.1 Contoh Logo Abstrak



Sumber: www.pinterest.com 2023

d. Logo Lambang

Logo Lambang adalah suatu jenis logo yang di dalamnya terdapat huruf dan ditempatkan dalam suatu ikon atau symbol, lencana, segel serta menjadi inti dari adanya lambing tersebut. Logo ini sering digunakan oleh suatu institusi tertentu seperti sekolah, komunitas, organisasi, iindustri otomotif, atau Lembaga pemerintah. Beberapa contohnya adalah Logo BMW, Starbucks, dll.

Gambar 4.1 Contoh Logo Lambang

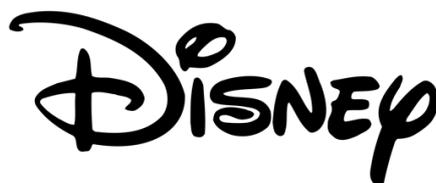


Sumber: insiderfinancial.com 2023

e. *Word Mark*

Logo *Wordmark* hampir menyerupai jenis logo *Letter Mark*, yaitu dengan hanya menggunakan huruf saja untuk melambangkan suatu perusahaan. Jenis logo ini biasanya digunakan jika nama perusahaan atau produknya tidak terlalu Panjang. Contohnya adalah logo Facebook, Disney dll.

Gambar 5.1 Contoh Logo Word Mark



Sumber: logos.com 2023

f. Logo Maskot

Logo maskot adalah jenis logo yang didesain dengan suatu karakter demi menggambarkan suatu brand atau perusahaan. jenis logo ini memiliki kandungan unsur warna yang cerah dan ceria. Logo jenis ini dibuat demi menghadirkan daya tarik tertentu. Contohnya adalah logo KFC dll.

Gambar 6.1 Contoh Logo Maskot



Sumber: brandlogos.com, 2023

g. Logo Kombinasi

Logo kombinasi adalah suatu jenis logo yang mengkombinasikan jenis logo *Letter mark* atau *wordmark* dengan abstrak, maskot, atau symbol. Teks yang terdapat dalam logo ini biasanya akan digabungkan juga dengan baik sehingga mampu menghadirkan suatu logo yang terkesan menarik. Contohnya adalah logo King Burger, Lacoste dll.

Gambar 7.1 Contoh Logo Kombinasi



Sumber: logos-download.com 2023

2.1.2 Fungsi Logo

a. *Branding*

logo adalah bentuk identitas atas suatu entitas kepada masyarakat umum. Untuk itu, suatu logo harus menggambarkan karakteristik suatu organisasi atau produk yang diwakilinya. Jadi, nantinya masyarakat akan mengingat dan mengenal suatu logo yang mewakili entitas tersebut (Alexandromeo, 2022).

b. Memberikan Informasi, Pengawasan dan Kontrol.

Sebuah logo memiliki kandungan informasi yang hendak disampaikan ke masyarakat. Informasi tersebut dibuat untuk bisa mengendalikan pandangan atau kegiatan masyarakat atas suatu *brand*. Sederhananya, logo akan menyampaikan informasi penting dan kesan yang diinginkan perusahaan dari masyarakat. Sehingga, logo berfungsi sebagai suatu pengawas dan pengontrol nilai perusahaan di mata masyarakat.

c. Memberikan Motivasi

Suatu logo juga digunakan untuk menyampaikan pesan motivasi kepada seluruh pihak yang sesuai dengan tujuan *brand* tersebut. Contohnya, suatu desain produk pada sabun mandi akan mampu memberikan motivasi kepada masyarakat untuk terus menjaga pola hidup bersih dan sehat.

d. Untuk Presentasi dan Promosi

Logo juga sangat efektif untuk dijadikan sebagai sarana promosi dan presentasi. Seluruh informasi atau pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada public akan lebih menarik dan lebih mudah diingat

dengan memanfaatkan gambar dan kata kata yang persuasive pada suatu logo.

2.2 Bentuk

Bentuk adalah elemen yang paling dasar dari desain Logo. Bentuk bentuk tertentu (kotak, bundar, ellips, dan garis) memiliki kemampuan untuk menyampaikan arti secara visual dan membrikan pemahaman tentang maksud tertentu. Bentuk-bentuk ini seringkali terlihat diberbagai tempat. Otak kita terhubung untuk memilih bentuk dan menghafalnya dengan mudah sebagai cara untuk mempelajari hal-hal baru. Itulah mengapa bentuk yang mudah lebih mudah diingat, dan meninggalkan kesan yang bertahan lama (Cinthya, 2020).

Seiringan dengan penelitian (Aswan, 2020) sebuah logo akan berhasil apabila ia memiliki konsep visual yang kuat. Penggambaran inilah yang dibuat dalam berbagai cara, baik dengan warna, ilustrasi atau bahkan dengan *image*

Berikut merupakan tujuan dari bentuk-bentuk dalam desain sebuah logo:

- 1) Mengelola informasi melalui suatu hubungan dan pembagian bentuk
- 2) Menyimbolkan ide-ide yang berbeda
- 3) Menciptakan pergerakan, tekstur dan kedalaman
- 4) Menyampaikan mood dan emosi
- 5) Menekankan dan menciptakan *entry point* dan bagian yang menarik
- 6) Memberikan arah pada mata dari satu elemen desain ke elemen desain selanjutnya.

2.3 Makna Bentuk

Berikut merupakan elemen logo dasar yang menunjukkan symbol-simbol umum terdiri dari elemen-elemen sebagai berikut :

a. Garis

Garis tercipta melalui Gerakan suatu titik yang membentuk goresan yang menggambarkan pergerakan dan bentuk. Garis yang dibentuk memiliki kemampuan untuk mengungkapkan suasana tertentu. Garis-garis ini membentuk symbol-simbol yang memiliki makna khusus (Fruitylogic.com, 2021).

- 1) *Garis Horizontal* : Memberi sugesti ketenangan atau hal yang tidak bergerak
- 2) *Garis Vertical* : Stabilitas, kekuatan atau kemegahan
- 3) *Garis Diagonal* : Tidak stabil, sesuatu yang bergerak atau dinamika
- 4) *Garis Lengkung* : *Grace*, Keanggunan.
- 5) *Garis Zig-zag* : Bergairah, semangat, dinamika atau gerak cepat.
- 6) *Garis Coretan* : *Casual*, Seni, fleksibilitas.

b. Lingkaran

Lingkaran adalah elemen dasar yang sangat populer dalam desain logo. Ini dapat digunakan sebagai elemen logo independent. Bentuk lingkaran sangat cocok dengan perusahaan yang ingin memberikan kesan yang dinamis, rotasi, memiliki kecepatan, suatu yang berulang, tidak terputus, tidak mewakili awal atau akhir, abadi, memiliki kualitas, dan dapat diandalkan, sesuatu yang sempurna serta kehidupan (Nurcahyo, 2018).

c. Kotak

Kotak dan persegi Panjang memberikan kesesuaian, kedamaian, solidaritas, keamanan dan kesetaraan. Kotak dan persegi Panjang umumnya tidak menarik perhatian, namun dapat di twist menjadi bentuk yang lebih dinamis dan berasumsi teknologi yang kokoh. Kotak dan persegi Panjang yang berhubungan dengan kualitas dan teknologi sebagai symbol statis, bangunan, kehandalan, ketertiban, simetris, konstruksi, dan stabilitas.

d. Segitiga

Segitiga menunjukkan pergerakan berdasarkan kemana mereka menunjuk sebagai arah/puncak keberhasilan. Segitiga dapat digunakan untuk memberikan tema yang umum seperti gunung, panah, dan symbol api.

e. Spiral

Spiral merupakan ekspresi dari kreativitas dan aktivitas. Umumnya ditemukan pada pola pertumbuhan alam dari banyak organisme dan menunjukkan proses pertumbuhan dan evolusi. Spiral menunjukkan ide dari kesuburan, kelahiran, kematian, ekspansi dan transformasi. Spiral merupakan siklus waktu, hidup, dan musim yang merupakan bentuk umum dalam symbol kepercayaan mistik.

f. Bentuk Bebas

Bentuk visual bebas (*freestyle icon*) biasanya bisa digabungkan dengan logo font untuk membuat kesan yang lebih kuat. Misalnya penggunaan bentuk siluet atau gambar tertentu yang menggambarkan langsung makna secara Jelas. (UBAY, 2016).

2.4 Warna

Warna adalah spektrum tertentu yang terdapat didalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih). Warna merupakan unsur cahaya yang dipantulkan oleh benda dan selanjutnya diinterpretasikan oleh mata berdasarkan cahaya yang mengenai benda tersebut. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007), warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang terkena cahaya tersebut. Definisi warna secara obyektif atau fisik adalah sifat cahaya yang dipancarkan. Sedangkan definisi secara subyektif atau psikologis merupakan bagian dari pengalaman indra penglihatan. Warna juga diasumsikan sebagai reaksi otak terhadap rangsangan visual khusus (ADMIN, 2023).

Dalam seni rupa, warna bisa berarti pantulan tertentu dari cahaya yang dipengaruhi oleh pigmen yang terdapat di permukaan benda. Misalnya pencampuran pigmen magenta dan cyan dengan proporsi yang tepat dan disinari cahaya putih sempurna akan menghasilkan sensasi mirip warna merah.

2.5 Peranan Warna

Dalam desain, warna memiliki peran penting dalam memanjakan mata audiens yang menikmati visual desain. Kombinasi warna atau skema warna menjadi pertimbangan sebuah desain dalam menyajikan karya yang berkualitas. Suatu desain yang menggunakan pemilihan warna yang tepat diklaim mampu mempresentasikan ilustrasi secara nyata. Umumnya hanya ada 3 warna yang digunakan dalam desain, karena semakin banyak warna yang digunakan, maka tingkat kesulitan untuk mengkombinasikannya menjadi semakin rumit.

Warna kemudian dikelompokkan menjadi warna primer, skunder, tersier dan netral.

a. Warna Primer

Merupakan warna dasar dikenal dengan RGB yang terdiri atas merah, hijau dan biru. Warna primer tidak dapat diciptakan tanpa pencampuran warna apa pun.

b. Warna Skunder

Campuran dua warna primer akan menghasilkan warna skunder. Contohnya, campuran antara warna merah dan hijau akan menghasilkan warna kuning.

c. Warna Tersier

Campuran antara warna primer dengan warna skunder akan menghasilkan warna tersier. contohnya, campuran warna kuning dan merah akan menghasilkan warna oranye.

Peran penting warna dalam desain grafis dapat memengaruhi cara manusia merespons atau merasakan sesuatu. Pemilihan warna yang tepat dapat membuat desain lebih menarik, terlihat profesional dan memenuhi komunikasi visual.

Berikut ini adalah beberapa fungsi utama warna dalam sebuah desain. (Sekolahdesainid, 2023).

a. Meningkatkan Daya Tarik Visual

Warna yang menarik dapat memberikan dampak visual yang kuat pada penglihatan manusia. Kombinasi warna yang tepat membuat desain terlihat menarik sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.

b. Membuat Hierarki Visual

Warna dapat digunakan untuk membantu membedakan elemen desain yang penting dari yang tidak penting. Misalnya, menggunakan warna yang kontras pada teks atau gambar dapat membantu menonjolkan elemen yang penting dan membuatnya lebih mudah dibaca atau dilihat.

c. Meningkatkan Pemahaman Pesan

Warna juga dapat digunakan untuk membantu memperjelas pesan dalam desain logo. Misalnya, menggunakan warna hijau untuk menunjukkan keasrian atau menunjukkan tanda positif yang dapat membantu pengguna memahami pesan secara langsung.

d. Membuat Kesan dan Suasana

Warna dapat memberikan kesan dan suasana pada desain grafis. Misalnya, warna biru dapat memberikan kesan tenang dan profesional, sementara warna merah dapat memberikan kesan kuat dan energik.

2.6 Utenn Coffee

2.6.1 Sejarah Utenn Coffee

Utenn Coffee, didirikan pada tahun 2016 adalah sebuah kedai kopi yang telah beroperasi selama bertahun-tahun. Dengan pengalaman lebih dari tujuh tahun di industri kopi, kini Utenn Coffee telah memiliki 3 cabang kedai kopi yang terletak di Aceh dan Bandung. Utenn Coffee telah memperoleh reputasi yang solid dan menjadi salah satu tujuan favorite bagi para pecinta kopi. Utenn diambil dari salah satu syair Gayo yaitu *Urang Uten* yang berarti Orang Hutan, terinspirasi dari tokoh seniman asal Gayo *Toet* yang merupakan pencipta syair tersebut (Wantona, 2023).

Utenn Coffee memiliki latar belakang yang inspiratif. Awalnya, Utenn Coffee bukanlah sekedar kedai kopi, melainkan sebuah tempat perkumpulan bagi para pemuda yang tidak memiliki pekerjaan. Inisiatif ini didasarkan pada gagasan untuk memberikan harapan dan peluang kepada generasi muda yang sedang mengalami kesulitan dalam mencari pekerjaan. Utenn Coffee juga menjadi tempat dimana orang-orang dapat mencari pengaduan dan solusi untuk pemecahan masalah mereka. Dalam situasi yang hangat dan ramah, Utenn Coffee telah menciptakan lingkungan yang memungkinkan para pelanggan untuk berbagi cerita dan mengungkapkan masalah yang mereka hadapi. Baik itu masalah pribadi, keluarga atau bahkan masalah yang terkait dengan bisnis mereka sendiri. Seiring berjalannya waktu, Utenn Coffee juga menjadi penyedia tempat dimana para pemuda dapat belajar dan mengembangkan keterampilan dalam dunia bisnis.

Utenn Coffee memberikan pelatihan intensif kepada para pemuda tersebut. Mereka diberikan pengetahuan yang komprehensif tentang kualitas biji kopi, Teknik pemanggangan (*Roasting*) yang tepat, penggilingan biji kopi hingga tehnik proses dan penyeduhan yang optimal. Melalui pelatihan ini, mereka tidak hanya memperoleh keterampilan dalam menyajikan kopi yang lezat, tetapi juga memahami aspek bisnis di balik operasional sebuah kedai kopi. Mereka diberi kesempatan untuk mempelajari manajemen bisnis, pemasaran, manajemen persediaan dan keuangan. Selama proses pembelajaran tersebut, utenn coffee memberikan dukungan dan bimbingan penuh kepada pemuda-pemuda yang ingin keluar dari zona nyaman mereka.

2.6.2 Logo Utenn Coffee

Logo Utenn coffee merupakan representasi visual yang memiliki makna mendalam. Logo ini terdiri dari Huruf “U” yang dihiasi dengan tiga elemen simbolis, yaitu akar, daun, dan orang berdoa. Elemen akar pada logo melambangkan kehidupan dan pertumbuhan. Seperti akar yang menghela sumber daya dari tanah, Utenn Coffee juga mewakili semangat yang mendorong pengunjung untuk mengambil kekuatan dari tempat tersebut. Akar juga melambangkan fondasi kuat, kokoh yang dibangun oleh Utenn Coffee dalam memberikan layanan berkualitas kepada pelanggan.

Daun pada logo merupakan symbol dari hasil kerja keras. Seperti daun yang tumbuh dan berkembang melalui proses fotosintesis, Utenn Coffee menggambarkan bahwa kesuksesan tidak bisa tercapai tanpa usaha dan kerja keras yang konsisten. Oleh karena itu daun berarti hasil atau melambangkan kesuksesan dari pada usaha, niat serta kerja keras.

Elemen orang yang sedang berdoa pada logo mewakili keyakinan pada tuhan *Allah SWT* dan pentingnya spritualitas dalam hidup. Dalam mencapai kesuksesan dan menghadapi tantangan, Utenn Coffee mengajarkan bahwa usaha dan kerja keras harus disertai dengan keyakinan yang kuat dan doa. Secara keseluruhan, logo Utenn Coffee menggambarkan komitmen, pertumbuhan, kerja keras serta nilai-nilai spiritual.

Gambar 8.1. Logo Brand Utenn Coffee



Sumber: satriawantona, 2023

2.6.3 Warna Logo Utenn Coffee

Logo Utenn Coffee menggunakan tiga warna yang memiliki makna dan fungsional khusus, yaitu putih, emas dan hitam.

- a. Putih, melambangkan kesucian, kebersihan, dan kesungguhan. Ini mencerminkan komitmen Utenn Coffee dalam memberikan pengalaman berkualitas kepada pelanggan. Warna putih juga menggambarkan kemurnian dan kesederhaan, menunjukkan pendekatan yang jujur dan tulus dalam setiap aspek bisnis mereka.
- b. Emas, mengandung makna kekayaan, kemewahan, dan keberhasilan yang diperoleh Utenn Coffee melalui perjalanan mereka. Warna emas juga melambangkan kualitas premium yang ditawarkan oleh Utenn Coffee, baik dalam pelayanan, produk, maupun pengalaman pelanggan.

Hitam, Pada logo mengandung makna perjalanan yang berliku, keberanian untuk bangkit dari kesulitan, dan ketahanan. Ini mencermintakn tantangan dan rintangan yang dihadapi Utenn Coffe dalam perjalanan mereka. Warna hitam juga melambangkan kekuatan, keabadian dan ketangguhan menyoroti kemampuan Utenn Coffee dalam mengatasi rintangan dan terus tumbuh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan Teknik analisis deskriptif. Menurut (Moleong, 2014) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, Tindakan dan lain lain. Berdasarkan pandangan tersebut, maka penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksud untuk mencari sebuah fakta kemudian memberikan penjelasan yang ditemukan dilapangan.

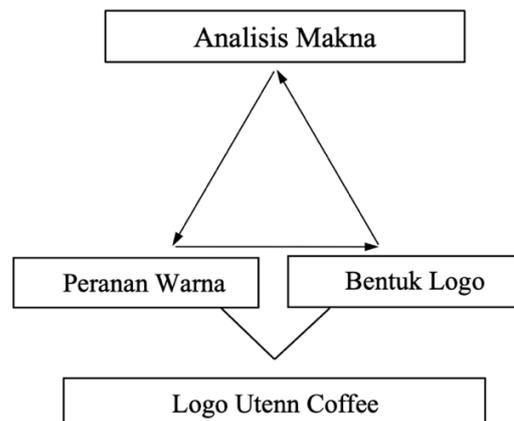
Analisi data yang dilakukan pada penelitian ini adalah melalui penelitian lapangan dengan menerapkan *logo test* dan kontinuitas logo berdasarkan teori David E.Carter. Data primer dikumpulkan melalui berbagai sumber seperti buku referensi, jurnal, dan hasil wawancara. Selain itu, data skunder yang berasal dari internet juga digunakan dalam penelitian iniyang kemudian dianalisis dan dipahami untuk mendapatkan kesimpulan yang tepat. Dalam proses pengumpulan data, beberapa instrument atau alat yang digunakan antara lain kertas, alat tulis, laptop dan kamera.

3.2 Kerangka Konsep

Menurut (Sugiyono, 2007), kerangka konseptual adalah suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara berbagi variable penelitian, diantaranya yaitu variable terikat atau deoenden dengan variable bebas atau independent.

Hubungan variable-variable tersebut akan diukur atau diamati melalui proses penelitian yang akan dilaksanakan. Kerangka konseptual juga merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang didefinisikan sebagai masalah yang penting serta dapat dijadikan landasan teori untuk pelaksanaan penelitian. Oleh karena itu, perlu dibangun kerangka konsep yang dimuat gagasan-gagasan untuk memperjelas isu-isu yang beredar. Dari uraian diatas maka kerangka konsep yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

Gambar 9.1. Kerangka Konsep Penelitian



Sumber: Olahan penulis, 2023

3.3 Defenisi Konsep

Menurut (Tohardi, 2019) fungsi dari sebuah konsep adalah untuk menyatukan visi atau menyatukan pemahaman tentang objek penelitian. Adapun yang menjadi konsep dalam kerangka konsep diatas adalah :

- (a) Makna Bentuk
- (b) Peranan Warna
- (c) Logo
- (d) Utenn Coffe

3.4 Kategorisasi Penelitian

Table 1.1 Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Penelitian	Kategorisasi
1	Bentuk Logo (X1)	<ul style="list-style-type: none"> - Bentuk Garis - Bentuk Lingkaran - Bentuk Kotak - Bentuk Spiral - Bentuk Segitiga
2	Peranan warna logo (X2)	<ul style="list-style-type: none"> - Warna premier - Warna Sekunder - Warna Tersier
3	Utenn Coffee (Y)	<ul style="list-style-type: none"> - Sejarah Utenn Coffee

Sumber: Olahan Penulis, 2023

3.5 Informan dan Narasumber

Adapun informan dan narasumber dari penelitian ini adalah owner Utenn Coffee, Desainer dan seluruh karyawan Utenn Coffee.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung dengan melibatkan semua indera (penglihatan, pendengaran, penciuman dan perasa) untuk memperoleh data yang harus

dikumpulkan dalam penelitian. Pencatatan hasil dapat dilakukan dengan bantuan alat rekam elektronik. Adapun proses pelaksanaan observasi pada penelitian ini adalah dengan meneliti langsung serta mengamati logo pada brand utenn coffee. Selanjutnya melakukan analisis menggunakan metode yang telah ditetapkan.

3.6.2 Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikontrol makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2007). Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data pada penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan bertanya langsung kepada Founder Utenn Caffee sebagai penemu dari pada brand ini dimana hasil dari wawancara ini digunakan untuk memperkuat serta hasil penelitian yang lebih relevan.

3.6.3 Dokumentasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, dokumentasi adalah pengumpulan, pemilihan, pengolahan, pengumpulan bukti dan keterangan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan baik dalam bentuk gambar, kutipan, guntingan koran dan bahan referensi lain. Adapun dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan pengambilan gambar dan mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan objek penelitian agar dapat dijadikan bahan argumentasi serta referensi seperti buku-buku, surat kabar, jurnal, internet dan lainnya yang mampu menambah wawasan peneliti.

3.7 Teknik Analisi Data

(Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, 2014), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis meliputi reduksi data (*data display*) serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*). Adapun analisis data yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah sesuai dengan analisis data kualitatif model Miles dan Huberman yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta verifikasi dan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian.

3.7.1 Tahap Reduksi data

Reduksi data merupakan bagian dari analisis data yang diperoleh dilapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat serta rinci dan teliti. Reduksi data adalah proses pengurangan data, namun dalam arti yang lebih luas adalah penyempurnaan data, baik pengurangan terhadap data yang kurang perlu dan kurang relevan, maupun penambahan terhadap data yang dirasa masih kurang. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

3.7.2 Tahap Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah proses pengumpulan informasi yang disusun berdasarkan kategori atau pengelompokan baik itu dalam bentuk table atau kalimat yang digunakan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan.

3.7.3 Simpulan atau Verifikasi

Selanjutnya peneliti akan membuat kesimpulan berdasarkan data yang telah diproses melalui reduksi data dan pemaparan data. Kesimpulan ini meliputi pencarian makna data dan penjelasannya yang muncul dari data tersebut.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari awal juni sampai akhir agustus 2023 dengan objek penelitian Utenn Coffee. Penelitian ini di lakukan di desa Simpang Tiga Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah, Aceh.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini membahas serta menyajikan deskripsi data yang diperoleh melalui hasil penelitian yang dilakukan dilapangan dengan metode pengumpulan data observasi dan wawancara. Peneliti akan menguraikan hasil penelitian secara rinci mulai dari reduksi data (pengumpulan data) dan akan disajikan dalam bentuk narasi. Setelah seluruh data telah di peroleh dan disajikan, peneliti akan menyimpulkan jawaban atas permasalahan yang diteliti.

4.1.1 Proses Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan sesuai dengan teknik pengumpulan data yaitu dengan mengumpulkan bahan bacaan yang berkaitan dengan topik penelitian. Peneliti mengumpulkan beberapa bahan bacaan dan karya ilmiah yang berkaitan langsung dengan makna bentuk dan peranan pada logo. Peneliti juga mencari informasi langsung kepada beberapa narasumber yang berhubungan dengan objek penelitian guna untuk mendapatkan informasi yang fakta terkait dengan makna bentuk serta peranan warna khususnya pada desain logo brand utenn coffee, kemudian penelitia mempelajarinya sehingga data yang diperoleh dapat mendukung penelitian ini.

Wawancara merupakan suatu kegiatan interaksi antara seorang informan dengan pewawancara yang bertujuan untuk mendapatkan keterangan atau informasi yang dibutuhkan. Wawancara adalah suatu proses pengumpulan data dan keterangan tentang suatu hal kepada individu yang berhubungan langsung dengan

topik penelitian. Terdapat beberapa jenis wawancara, adapun wawancara yang digunakan pada penelitian ini yaitu wawancara individual yang berstruktur dengan menggunakan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya oleh peneliti.

Wawancara ini dilakukan oleh peneliti dengan dilengkapi peralatan seperti alat perekam suara, kamera dari handphone serta alat tulis dan atas persetujuan narasumber/informan.

Berikut adalah hasil wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti :

Informan I: Satria Wantona, S.H (Owner, 29 Tahun)

Saudara Satria Wantona, S.H adalah owner dari pada Utenn Coffee yang memegang kendali atas perkembangan bisnis dan berjalannya usaha hingga saat ini.

Saudara Satria Wantona menjelaskan bentuk U pada logo Utenn Coffee tidak hanya mempresentasikan inisial dari pada nama brand, bentuk U juga memberikan kesan simple agar mudah diingat bahwa Utenn Coffee merupakan kedai kopi yang memiliki identitas visual dengan bentuk U pada logonya.

“Bentuk U pada logo memberi kesan simpel untuk memudahkan orang atau masyarakat sekitar untuk mengingat identitas dari kedai kopi Utenn Coffee. Bentuk U pada logo bukan cuma representasi dari inisial Utenn Coffee aja, tapi juga punya makna secara keseluruhan dari elemen-elemen yang ada dalam logo.”

Logo Utenn Coffee merupakan identitas visual yang memiliki makna mendalam terhadap setiap elemen yang terdapat pada logo sebagai sebuah identitas, logo didesain dengan bentuk U memiliki tujuan kepada konsumen atau masyarakat ketika melihat huruf atau suatu hal yang membentuk U dengan mudah mereka akan mengingat Utenn Coffee sebagai salah satu brand dengan identitas visual yang

secara tidak langsung menarik perhatian konsumen atau masyarakat. Artinya logo juga dapat memberikan branding yang baik terhadap suatu organisasi atau perusahaan.

Satria Wantona juga menjelaskan beberapa elemen utama pada brand Utenn Coffee yang membentuk lambang U pada desain logonya yang memiliki makna tersendiri dari setiap elemen-elemen yang digabungkan dalam membentuk atau mendesain logo Utenn Coffee

“Logo Utenn Coffee punya 3 elemen dasar di dalamnya, ada akar sebagai sumber kehidupan, orang berdoa sebagai bentuk keyakinan kepada Allah SWT dengan terus memanjatkan harapan dan doa, dan daun yang melambangkan kesejahteraan.”

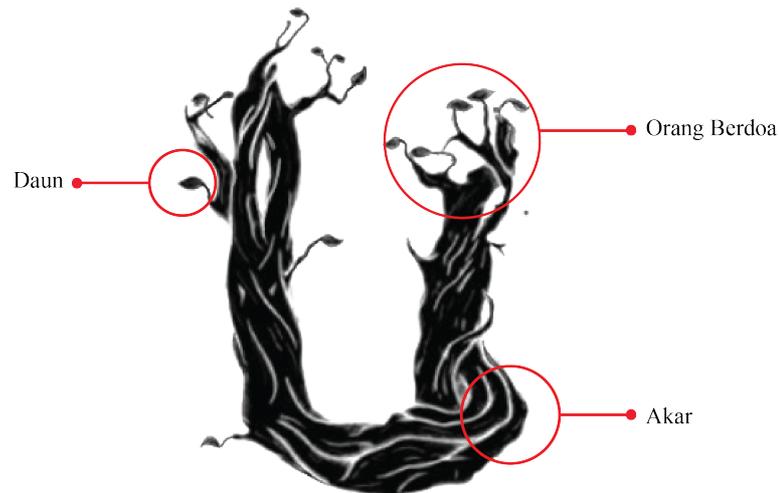
Dari hasil wawancara diatas elemen pada logo brand Utenn Coffee memiliki tiga elemen dasar dengan makna tersendiri yaitu:

- 1) Akar yang melambangkan sumber kehidupan.
- 2) Orang Berdoa melambangkan bentuk keyakinan dan nilai spiritual.
- 3) Daun melambangkan kesejahteraan.

Menurut saudara Satria selaku owner Utenn Coffee, setiap elemen yang terdapat pada logo memiliki keterkaitan makna. Akar dan daun dengan nilai fungsionalnya sebagai sumber daya kehidupan yang penting bagi kelangsungan hidup manusia. Kedua bagian ini memainkan peran penting dalam proses fotosintesis, memproduksi oksigen dan makanan yang dapat dimanfaatkan oleh makhluk hidup lainnya. Sementara itu nilai spiritual atas keyakinan yang terus kita panjatkan dengan penuh harap dan doa kepada yang maha kuasa Allah SWT agar

setiap proses yang kita lalui seperti proses fotosintesis pada tumbuhan dapat berjalan sebaik mungkin dan bisa bermanfaat untuk orang lain dan lingkungan sekitar.

Gambar 10.1 Bedah Elemen Logo



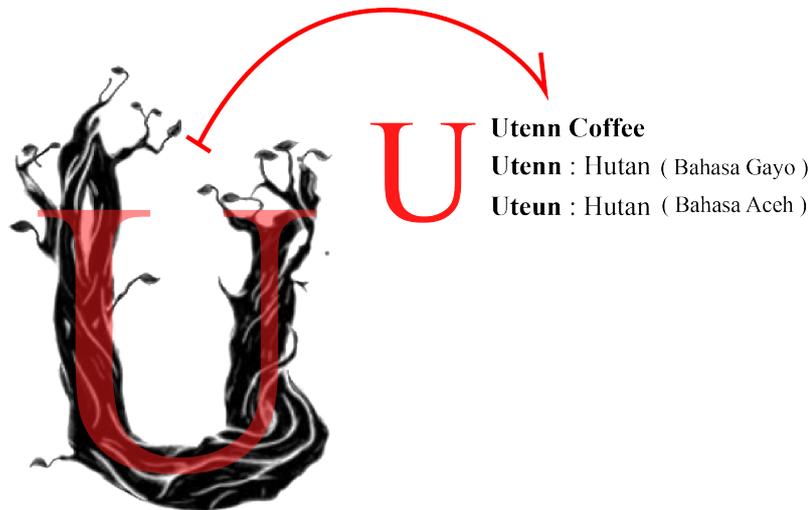
Sumber: satriawantona, 2023

Saudara Satria menyatakan bahwa logo Utenn Coffee secara keseluruhan memiliki makna yang kuat mulai dari bentuk dan elemen-elemen yang terdapat pada logo. Keterkaitan antara logo yang berbentuk U dengan elemen-elemen yang terdapat didalamnya dinyatakan sebagai bentuk kepedulian terhadap hutan dan lingkungan sekitarnya, mengingat asal muasal dari setiap kehidupan yang berasal dari hutan, membuat kita menyadari betapa pentingnya menjaga dan melestarikan alam.

“Secara keseluruhan, Logo Utenn Coffee ini memiliki makna yang tegas dan amat dalam. Berasal dari Bahasa gajo (Uten) yang berarti hutan, dalam bahasa aceh (Uteun) juga artinya hutan. Selain inisial nama Utenn Coffee, bentuk U pada logo itu sudah mewakili beberapa Bahasa yang memiliki makna yang sama.

bentuk U yang tegas pada logo melambangkan keasrian siklus hidup di hutan yang luar biasa”

Gambar 11.1 Bentuk U Logo Utenn Coffee



Sumber: satriawantona, 2023

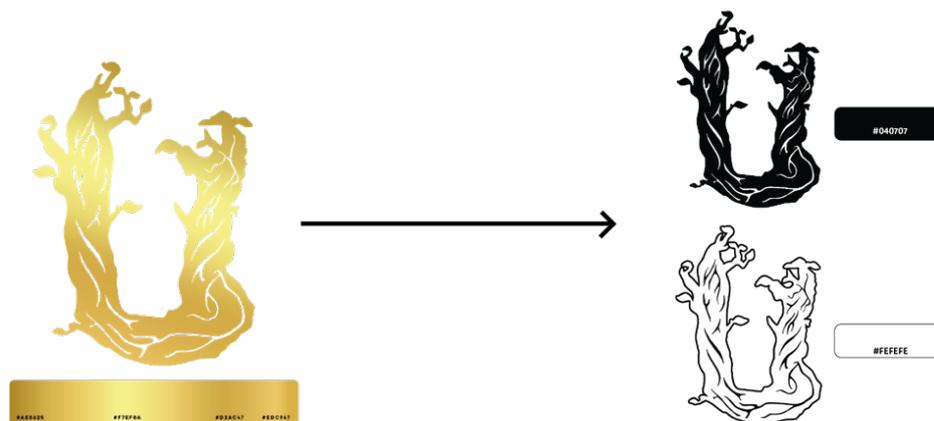
Bentuk U pada logo Utenn Coffee memudahkan branding dalam menyampaikan pesan yang terdapat didalamnya mencerminkan keadaan langsung Utenn Coffee, setiap elemen pada bentuk logo dibuat dengan tekstur sesungguhnya sehingga mempermudah penyampaian pesan pada logo kepada konsumen atau masyarakat untuk mewakili identitas perusahaan.

Warna pada logo dan kemasan memiliki peranan yang sangat krusial dan penting dalam setiap proses marketing serta penjualan karena mampu memberikan pengalaman positif dalam customer journey sehingga sampai kepada keputusan untuk membeli. Pemilihan warna menjadi salah satu faktor penting yang harus diperhatikan hal ini dikarenakan setiap warna memiliki persepsi dan makna yang berbeda. saudara Satria Wantona, S.H menyatakan bahwa Logo Utenn Coffee memiliki 3 warna dasar yang diterapkan pada logo yaitu emas, hitam dan putih.

Namun saat ini logo Utenn Coffee lebih condong kepada warna hitam dan putih saja.

“Utenn Coffee awalnya berwarna emas, melambangkan kejayaan dan kesuksesan perjalanan bisnis kedai Utenn. Tapi sekarang Brand Utenn coffee lebih condong ke warna hitam dan putih untuk logonya. Warna Hitam yang tegas yang bermakna banyak nya rintangan yang harus dilewati bagi Utenn Coffee untuk bisa sampai di titik sekarang ini, Putih melambangkan transparansi antara Utenn Coffee kepada para konsumen atau masyarakat”

Gambar 12.1 Pembaharuan Warna Logo



Sumber: satriawantona, 2023

Menurut penjelasan dari saudara Satria, warna hitam dan putih yang saat ini menjadi dasar dari keseluruhan identitas Utenn Coffee Selama 7 tahun terakhir, Utenn Coffee telah berkecimpung didunia bisnis, mengalami banyaknya pasang surut disepanjang jalan, menghadapi tantangan adil serta peluang untuk dapat tumbuh dan sukses. Terlepas dari kesulitan, warna hitam lebih menggambarkan perjalanan Utenn Coffee selama berjuang didunia bisnis. Putih melambangkan pelajaran yang berharga bagi Utenn Coffee untuk bisa menjadikan masa lalu

sebagai evaluasi. Warna putih juga warna yang netral dan flexible, membuat Utenn Coffee memudahkan konsumen atau masyarakat merasa nyaman dalam rangkaian ruang waktu Utenn Coffee.

Informan II: Angga Retsa Darma, S.Ars (Designer, 27 Tahun)

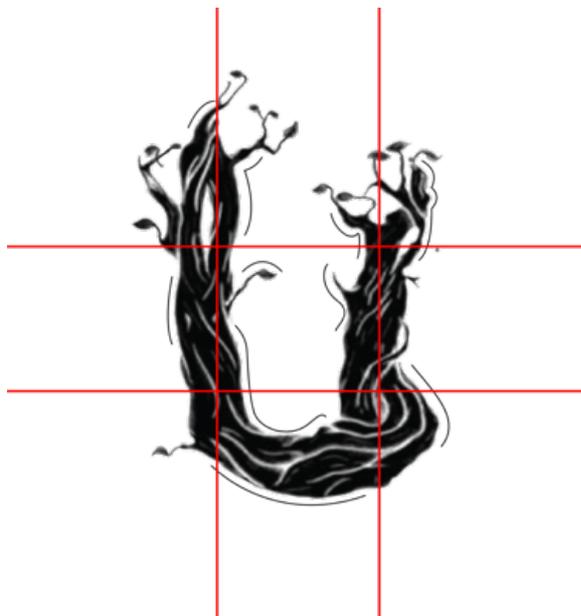
Saudara Angga Retsa Darma, S.Ars adalah seorang Graphic Designer di Utenn Coffee. Dia bertugas merancang dan mendesain kebutuhan visual di Utenn Coffee mulai dari identitas perusahaan hingga branding visual untuk promosi brand pada media. Saudara angga menjelaskan bahwa logo Utenn Coffee didesain sedemikian rupa dengan teknik tertentu hingga membentuk huruf U pada logo.

“Teknik yang saya gunakan saat mendesain logo Utenn Coffee ialah teknik abstrak dengan memanfaatkan garis-garis geometris acak pada penggabungan setiap elemen sampai membentuk sebuah ikon atau lambang yang berbentuk U”

Logo Utenn Coffee didesain dengan memanfaatkan suatu grafis tertentu, Teknik dasar dari desain ini mempunyai bentuk geometris acak yang biasanya sangat efektif karena mampu mewakili pesan yang ingin disampaikan secara menyeluruh dalam suatu gambar. Teknik abstrak diterapkan pada logo Utenn Coffee untuk memberi kebebasan pada bentuk logo untuk mewakili seluruh elemen yang terdapat didalamnya dengan tidak mengurangi nilai-nilai penting pada logo dalam menciptakan desain yang terlihat lebih hidup sehingga memudahkan para konsumen atau masyarakat untuk memahami arti dari bentuk pada desain logo, sehingga makna dari elemen logo Utenn Coffee dapat tersampaikan dengan baik sebagai identitas perusahaan yang mewakili keadaan langsung dari Utenn Coffee

sendiri, hal ini menjadikan Utenn Coffee lebih mudah dikenali dari bentuk logo nya sebagai nilai branding yang kuat.

Gambar 13.1 Garis Geometris acak



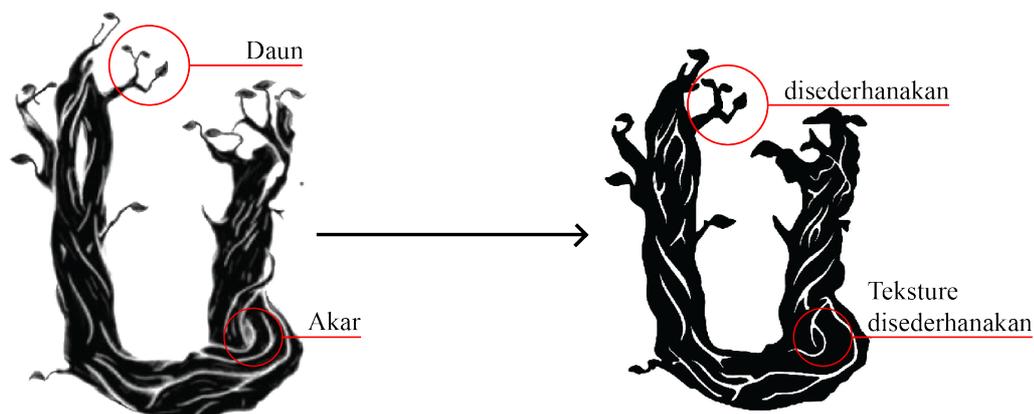
Sumber: anggaretsadarma, 2023

“Sejauh ini logo Utenn Coffee engga cuma melakukan pergantian warna pada logo, tapi juga bentuk logo sekarang lebih disederhanakan mulai dari tekstur dan garis. Supaya logo Utenn Coffee memiliki kesan lebih konstan, simpel tapi tetap tegas“

Saudara Angga Retsa Darma,S.Ars yang merupakan desainer dari logo Utenn Coffee menyatakan perubahan pada logo dapat didasarkan pada upaya untuk meningkatkan citra merek pada kedai kopi Utenn Coffee. Logo yang diperbarui akan memberikan kesan fresh dan modern hingga lebih relevan dengan jangkauan pasar saat ini. Tanpa mengubah makna dari elemen dasar logo, perubahan bentuk tetap memiliki makna yang sama dengan sebelumnya hanya saja tampilan pada logo

disederhanakan untuk kepentingan media seperti iklan visual dan penempatan merek pada packaging/ kemasan untuk produk.

Gambar 14.1 Perubahan Logo Utenn Coffee



Sumber: anggaretsadarma, 2023

4.2 Pembahasan

Logo merupakan identitas visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual yang memberikan pengaruh besar terhadap berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan, logo sebagai cerminan dalam hal-hal yang bersifat nonvisual dari suatu perusahaan seperti, budaya, prilaku, atau kepribadian yang dituangkan dalam bentuk visual. Hal ini berguna untuk mempermudah, mengingat dan membedakan antara satu dan lainnya. yang ditekankan dalam penelitian ini adalah analisis makna bentuk dan peranan warna pada desain sebuah logo.

Utenn Coffee berdiri pada tahun 2016 dikaki gunung *burni telong* gunung berapi yang masih aktif hingga saat ini, berada di desa Simpang Tiga, Kecamatan Bukit, Kabupaten Bener Meriah. Keasrian alam didesa ini memberikan inspirasi kepada Utenn Coffee sendiri untuk menjadikan kata Uten sebagai nama dari sebuah brand. Utenn Coffee telah berjalan selama 7 tahun diindustri kopi dan beberapa

produk lainnya. Utenn Coffee memiliki latar belakang yang inspiratif, dimana awal dari Utenn Coffee adalah tempat berkumpulnya muda mudi pengangguran yang suka minum kopi sembari menceritakan permasalahan kehidupannya mulai dari masalah pekerjaan, keluarga hingga masalah internal lainnya. Utenn Coffee selalu menerima setiap permasalahan yang datang dengan berbagai solusi untuk setiap permasalahannya. Utenn Coffee menjadikan kedai kopi tersebut sebagai tempat belajar untuk para pemuda yang ingin merubah nasibnya, Utenn Coffee memberikan peluang kepada pemuda-pemuda tersebut untuk belajar mengenal kopi, pengolahan biji, manajemen bisnis sampai menjadi seorang barista. Hingga saat ini Utenn Coffee telah membentuk 13 barista dalam jangka waktu 7 tahun untuk siap bersaing di dunia bisnis. Utenn coffee saat ini memiliki 4 kedai kopi yang diantaranya ada 3 di aceh dan 1 di bandung. Sebelum adanya identitas visual, Utenn Coffee hanyalah nama yang diketahui dari cerita-cerita orang lain tanpa mengetahui letak dan brand Utenn Coffee itu sendiri.

Logo Utenn Coffee sebagai identitas visual yang berbentuk U memberikan daya tarik tersendiri, elemen yang disatukan pada desain logo saling berkaitan satu sama lain, untuk memperoleh desain yang terlihat menyatu, elemen satu dengan elemen yang lain harus saling mendukung untuk menyampaikan suatu pesan dari desain yang dibuat. Desain pada logo Utenn Coffee memberi kesan mudah diingat bagi setiap orang yang melihat bentuk atau huruf U akan senantiasa mengingat brand Utenn Coffee sebagai kedai kopi yang memiliki nama atau identitas yang tegas. Representasi inisial dari nama Utenn Coffee yang juga termasuk dalam bentuk logo membuat brand ini mudah dikenali banyak orang, selain itu bentuk U pada

logo Utenn Coffee juga mengingatkan konsumen atau masyarakat makna dari pada Utenn yaitu hutan yang memiliki peran penting pada sumber daya kehidupan alam dan juga manusia. hal ini juga dibenarkan dari hasil wawancara dengan owner Utenn Coffee yakni saudara Satria Wantona, S.H mengatakan bahwa:

“Bentuk U di logo tidak hanya mempresentasikan inisial dari kedai Utenn Coffee, tapi juga untuk mengingatkan konsumen atau masyarakat kepada asal dari pada sumber kehidupan kita yang harus kita lestarikan yaitu hutan”

Perancangan logo ini didasari dengan mengedepankan nilai-nilai kehidupann pada hutan sebagai sumber daya alam dan manusia. untuk menyandang citra yang diinginkan dalam menunjukkan keadaan yang sebenarnya, logo Utenn memberikan bentuk asli pada elemen dalam logo untuk menyampaikan makna yang tertanam pada bentuk logo tersebut. Logo Utenn sendiri terinspirasi dari salah satu penyair gayo *Toet* berjudul *Urang Uten* yang berarti Orang Hutan. Pada syair ini menceritakan tentang kehidupan orang-orang yang tinggal dihutan dengan melakukan aktivitas seperti biasa tanpa merusak kelestarian alam, Hal ini menjadi nilai dasar dalam penyampaian pesan pada logo Utenn Coffee sebagai identitas. Selain itu, setiap elemen yang terdapat pada logo Utenn Coffee juga merupakan bagian dari hutan, seperti elemen akar yang menjadi pondasi dan sumber kehidupan dalam hutan untuk menumbuhkan pohon-pohon besar yang menjaga kestabilan alam, elemen daun yang menjadi hasil dari pada proses pertumbuhan pohon yang hidup sebagai paru-paru dunia, dan elemen orang berdoa yang terdapat pada logo Utenn Coffee menunjukkan nilai spiritual terhadap kepercayaan kepada Allah SWT

untuk terus memanjatkan doa dan harapan agar kelestarian alam dan sumberdaya manusia dapat dimanfaatkan sebaik mungkin.

Desain logo Utenn Coffee dibuat dengan menggabungkan setiap elemen dasar dengan memanfaatkan grafis tertentu sehingga membentuk lambang atau ikon yang dapat mempertanggung jawabkan setiap makna yang terdapat didalamnya. Hal ini dibenarkan oleh desainer logo Utenn Coffee Angga Retsa Darma, S.Ars mengatakan bahwa:

“Untuk mengenali sebuah brand, Logo adalah identitas penting yang harus bisa mempertanggung jawabkan makna dan pesan yang tersirat dalam logo sebagai pengenalan umum untuk konsumen atau masyarakat”

Pada desain logo Utenn Coffee terdapat bentuk garis diagonal yang memberi kesan tidak stabil, sesuatu yang bergerak atau dinamika. Selain itu pada desain logo Utenn Coffee juga terdapat garis coretan yang memberi kesan *casual*, seni dan fleksibilitas. Dari setiap bentuk yang terdapat pada logo Utenn Coffee, jenis logo ini termasuk pada jenis logo *Pictorial Mark*, jenis logo yang memanfaatkan ikon, elemen dengan grafis tertentu untuk menggambarkan suatu brand. Bentuk logo ini mampu mewakili identitas produk atau brand yang akan terus melekat. Contohnya seperti logo Apple.

Gambar 15.1 Contoh Jenis Logo Pictorial Mark



Sumber: www.vecteezy.com, 2023

Logo Utenn Coffee memiliki 3 warna dasar yaitu Emas, Putih dan Hitam. Pada setiap warna memiliki makna tersendiri sesuai dengan perjalanan bisnis yang telah dilalui Utenn Coffee, selain itu makna warna pada logo juga berkaitan dengan elemen-elemen dasar dalam menuangkan pesan yang ingin disampaikan pada desain logo Utenn Coffee. Terdapat makna-makna tertentu dalam penetapan peran warna untuk melengkapi desain logo, mempercantik atau bahkan menghidupkan konsep logo secara keseluruhan. Adapun makna dari pada warna logo menurut analisis peneliti dan menurut filosofi warna sebagai berikut:

Table 2.1 Tabel peran dan warna logo Utenn Coffee

No	Warna Logo Utenn Coffee	Makna Warna Menurut	
		Analisis Peneliti	Filosofi
1	Emas	 <p>Melambangkan kejayaan, kekayaan dan keberhasilan atas pencapaian Utenn Coffee dalam membeangun bisnis diindustri kopi, selain itu warna emas juga melambangkan kekayaan sumber daya alam yang tiada habisnya dengan memahami konsep dalam menjaga dan melestarikan alam, hutan.</p>	Warna emas memiliki makna berupa prestasi, kesuksesan, kemegahan, kemewahan, kemenangan dan kemakmuran. Arti warn aini sama dengan bentuk fisik emas secara nyata, dan menjadi komoditas berharga diseluruh dunia.
2	Putih	Melambangkan kebersihan, kesucian, keberhasilan,	Melambangkan kepolosan, kesucian, kesederhanaan dan

	<p>netral dan memiliki sifat melambangkan awal yang transparansi dengan baru. Warna putih dapat beragam perbedaan, memberi kesan luas, atau sehingga pesan yang sebagai sesuatu yang dingin. terdapat pada logo Utenn Warna putih dalam jumlah Coffee dapat tersampaikan atau porsi yang pas dapat dengan baik. memberi makna kebebasan dan keterbukaan.</p>
	<p>3 Hitam Melambangkan Ketegaran, Melambangkan kegelepan kekuatan, keberanian dan yang memberi kesan kebangkitan. Ini menakutkan dan suram, akan mencerminkan perjalanan tetapi warna hitam juga Utenn Coffee yang bangkit memberikan kesan mewah, dari hal-hal sulit, melewati kuat, misterius dan elegan. perjalanan yang berliku Warna hitam kerap disukai demi mencapai suatu tujuan. banyak anak remaja sebagai simbol yang penuh misteri dalam mencari jati diri.</p>

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Penerapan peran warna pada desain logo Utenn Coffee didasari oleh perjalanan Utenn Coffee sendiri mulai dari awal membangun dan merintis usaha kedai kopi sampai membangun karakteristik brand yang dapat dikenali oleh banyak orang, warna tersebut juga sebagai media pengingat dan merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan, sehingga mampu menstimulus perasaan, perhatian dan minat seseorang. Warna-warna pada logo Utenn mempresentasikan makna mendalam pada setiap perannya, contohnya seperti penggunaan warna Hitam pada logo memberi kesan tegas pada makna dan bentuk yang dapat mempresentasikan perjalanan rumit Utenn Coffee untuk

mencapai sebuah tujuan. Warna putih yang melambangkan kesucian, kebersihan dan sifat transparansi Utenn Coffee terhadap konsumen untuk memberikan pelayanan terbaik pada setiap produk dan jasa yang ditawarkan untuk memenuhi target penjualan yang sesuai.

Dalam memulai bisnis atau sebuah usaha, peran logo selain sebagai identitas pengenalan logo juga memiliki peran penting untuk keperluan branding dalam meyakinkan konsumen untuk mencoba produk dan layanan. Logo Utenn Coffee sebagai identitas visual yang menunjukkan karakteristik tersendiri kini memiliki dampak positif bagi penjualan mulai dari setelah penetapan logo Utenn Coffee yang berbentuk U sebagai identitas perusahaan semenjak 7 tahun lalu. Utenn Coffee melakukan branding dengan memperkuat identitas pada setiap produk jual atau jasa yang ditawarkan. Dengan menempatkan logo Utenn Coffee pada setiap pemasaran produk atau *merchandise* dapat menarik perhatian setiap konsumen dan mengkomunikasikan nilai pada logo dengan cara yang menarik. Kemajuan yang dialami Utenn Coffee tidak luput dari identitas yang kuat dan tegas, pengenalan terhadap pasar dan konsumen membuat Utenn Coffee mengalami kemajuan yang pesat, secara keseluruhan logo Utenn Coffee mewakili karakter perusahaan dalam menjalankan dan mengenalkan Utenn Coffee terhadap konsumen atau masyarakat.

Dengan adanya logo Utenn Coffee kini berhasil dalam menjalankan bisnisnya di industri kopi mulai dari pemasaran produk pangan seperti minuman, bubuk, biji kopi hingga jasa *Roasting*. Saat ini Utenn Coffee memiliki 4 cabang kedai kopi yang diantaranya 3 di Aceh dan 1 berada di Bandung. Adapun pusat dari Utenn Coffee sendiri berada di desa Simpang tiga, Bener Meriah, Aceh.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dilapangan, logo Utenn Coffee memiliki bentuk seperti huruf U yang mempresentasikan dari pada insial Utenn Coffee sendiri. Selain itu bentuk U pada logo Utenn Coffee memberikan kesan tegas dan simple yang memudahkan konsumen dan masyarakat untuk mengenali Utenn Coffee sebagai salah satu kedai kopi yang menyajikan produk baik minuman, bubuk kopi, biji dan jasa roasting yang banyak diminati.
2. Bentuk U pada logo Utenn Coffee terdiri dari tiga elemen dasar yaitu, Akar yang melambangkan sumber daya alam dan kehidupan, daun yang melambangkan hasil dari setiap proses perjalanan yang dilalui Utenn Coffee, elemen orang berdoa yang terdapat pada logo Utenn Coffee melambangkan makna kepercayaan spiritual terhadap Allah SWT atas segala pencapaian yang diraih Utenn Coffee tidak luput dari doa, usaha dan harapan yang selalu dipanjatkan kepada yang maha kuasa.
3. Selain memperindah logo, peran warna pada desain logo Utenn Coffee membantu menyampaikan pesan tersendiri pada setiap warna yang diterapkan pada logo sebagai salah satu cara branding untuk penyesuaian pemasaran produk kepada konsumen dan masyarakat.

4. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa Logo Utenn Coffee memiliki peran penting dalam perkembangan dan kemajuan pesat Utenn Coffee. Selain bentuk yang tegas dan simple, logo Utenn Coffee berhasil menyampaikan pesan yang tersirat dari setiap elemen pada logo. peran warna pada logo juga membantu mempresentasikan karakteristik Utenn Coffee dalam menyampaikan makna pesan yang ada pada logo Utenn Coffee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari Analisis Makna Bentuk dan Peranan Warna Pada Desain Logo Brand Utenn Coffee maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Disarankan agar dapat mengembalikan perubahan logo pada desain awal yang ditetapkan dengan tidak mengurangi nilai-nilai yang terkandung pada desain logo Utenn Coffee guna memudahkan penyampaian makna pesan yang terdapat pada logo kepada konsumen atau masyarakat.
2. Diharapkan kepada Utenn Coffee kedepannya bisa lebih memberi setiap peran pada tiga warna dasar yang menjadi acuan dalam menyesuaikan warna logo untuk branding sebuah produk yang akan dipasarkan kepada konsumen atau masyarakat.
3. Sejauh ini Utenn Coffee berkembang dengan baik diindustri kopi, dengan identitas visual saat ini, disaran untuk menambahkan *Typography* Utenn Coffee pada logo brand agar memperluas jangkauan sehingga mudah dikenali pada setiap pasar dan konsumen baru.

DAFTAR PUSTAKA

- ADMIN. (2023). *Peran Warna Dalam Desain*. Sora Learning.
- Alexandromeo. (2022). *Apa itu Filosofi Logo?*
- Aswan, R. (2020). Analisis Bentuk, Makna, Dan Nilai Filosofis Pada Desain Logo Kedatuan Luwu Ke-XI. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 13(1), 1–8. <https://doi.org/10.31937/ultimart.v13i1.1532>
- Azuar Juliandi, Irfan, S. M. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri* (Fahrizal zulkarnain (ed.)). UMSU Press.
- Cinthya. (2020). *Jenis-Jenis Logo*.
- Evert, D. P. (2020). Buana komunikasi. *Komunikasi Interpersonal Dalam Konsultasi Dokter Estetika Dengan Pasien Melalui Media Sosial Whatsapp*, 1(2), 127–136.
- Firman Ilham Akbar. (2020). *ANALISIS PERUBAHAN BENTUK DAN MAKNA IDENTITAS VISUAL INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA*.
- Fruitylogic.com. (2021). *Arti Bentuk Logo Dan Makna Bagi Pengamat*. <https://fruitylogic.com/blog/arti-bentuk-logo/>
- I Nyoman Jayanegara, & Setiawan, I. nyoman anom fajaraditya. (2020). Analisis Bentuk Pada Identitas Visual Stmik Stikom Indonesia. *Jurnal Bahasa Rupa*, 3(2), 76–82. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v3i2.459>
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., Hardiyanto, S., Utara, M. S., Sumatera, N., Kunci, K., Grafis, D., & Design, G. (2022). *Peningkatan Kemampuan Desain Grafis untuk Meningkatkan Kreativitas Dakwah pada PC IPM Medan Area*. 7(1), 107–111.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, J. S. (2014). *Qualitative Data Analysis* (SAGE (ed.)).
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Morr, K. (2023). *The 7 types of logos (and how to use them)*. 99 Design.
- Nasution, A. D. (2017). Logo sebagai Tanda: Analisis Makna Bentuk dan Peranan Warna Pada Hasil Ciptaan Para Mahasiswa Polimedia. *Tesis*, 1–441.
- Nurchayyo, A. (2018). *Makna Bentuk Dalam Desain*.
- S.Sn, S. R. (2009). *Mendesain Logo* (2nd ed.). PT GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA.
- Santoso, A. P. (2020). Analisis Logo Hari Ulang Tahun (HUT) Kemerdekaan Republik Indonesia (RI). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Sari, V. M., & Anshori, A. (2021). Marketing communication strategy Sawah Pematang Johar tour in improving tourist visits. *Commicast*, 3(1), 113–120. <https://doi.org/10.12928/commicast.v3i1.3616>
- Sekolahdesainid. (2023). *Fungsi Utama Warna*.
- Sugiyono, D. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan : pendekatan kuantitatif,kualitatif dan R & D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Sukanda, U. F., & Riando, R. (2020). Makna Logo Pt. Eigerindo Multi Produk Industri (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). *DIALEKTIKA*

- KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 7(1), 68–76. <https://doi.org/10.33592/dk.v7i1.583>
- SULARKO, H. (2008). *How Do They Think* (1st ed.). Mosher.
- Tohardi, D. A. (2019). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. Tanjungpura University Press.
- UBAY, F. (2016). *Bentuk dan Makna tersembunyi dari komponen dalam Logo*.
- Wantona, S. (2023). *Sejarah Utenn Coffee*.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Gambar 16.1 Box Logo Utenn Coffee Bandung



Gambar 17.1 Kedai Kedua Utenn Coffee Bandung



Sumber: satriawantona, 2023

Gambar 18.1 Kedai Pertama Utenn Coffee Bandung



Sumber: satriawantona, 2023

Gambar 19.1 Kedai Utenn Coffee Aceh



Sumber: penulis, 2023

Gambar 20.1 Kedai Utenn Coffee Bandung



Gambar 21.1 Kedai Utenn Coffee Aceh



Sumber: penulis, 2023

Gambar 22.1 Foto Produk Utenn Coffee



Sumber: Penulis, 2023

DRAFT WAWANCARA

I. Judul : ANALISIS MAKNA BENTUK DAN PERANAN WARNA PADA DESAIN LOGO BRAND UTENN COFFEE

II. Identitas Informan :

Nama : Satria Wantona, S.H
Usia : 29
Alamat : Jl Utama pasar Simpang Tiga
Jabatan : Owner

Nama : Angga Retsa Darma, S.Ars
Usia : 27
Alamat : Jl Karyawan, No.24 Tanjung Rejo, Setia Budi.
Jabatan : Designer

III. Wawancara

1. Bagaimana awal dari terbentuknya logo menjadi identitas brand Utenn Coffee ?
2. Apa saja Elemen yang terdapat pada logo Utenn Coffee ?
3. Makna apa yang tertanam pada setiap Elemen dasar pada logo Utenn Coffee ?
4. Apa makna dari warna Hitam, Putih dan emas yang mendasari warna logo tersebut ?
5. Apa landasan yang menjadikan logo Utenn Coffee berbentuk letter "U" ?
6. Teknik apa yang digunakan pada desain logo Utenn Coffee ?
7. Bagaimana proses penggabungan pada ketiga elemen logo hingga membentuk letter "U" ?
8. Apakah ada kendala atau permasalahan dalam proses desain pada Logo Utenn Coffee ?
9. Pernahkah Logo Utenn Coffee memiliki perubahan dari segi bentuk dan warna ?
10. Secara filosofi apa makna keseluruhan dari logo Utenn Coffee ?
11. Penyampaian pesan seperti apa yang diterapkan pada logo tersebut ?
12. Apa dampak logo terhadap perkembangan brand Utenn Coffee ?
13. Sejauh ini apakah pesan pada logo dapat tersampaikan dengan baik kepada setiap konsumen atau masyarakat ?
14. Bagaimana strategi anda membranding Utenn Coffee dalam mengkomunikasikan logo tersebut pada konsumen atau masyarakat ?



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20228 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Kepada Yth. Bapak/Ibu
Program Studi
FISIP UMSU
di
Medan.

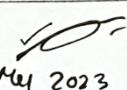
Medan, Rabu, 31 Mei 2023.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : RUHDI APISKY
N P M : 1902110007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 133 SKS, IP Kumulatif 3.55

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis Makna Teknik Editing Pada Video Promosi Pariwisata Bener Meriah Shard of Bener Meriah	
2	Analisis Makna Bentuk dan Peranan Warna Pada Desain Brand Logo Utem Coffee	 31 Mei 2023
3	Analisis Teknik pengambilan Gambar Pada film Dokumenter San-san Coffee Culture	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
 - Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.
- Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Program Studi:
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

153.19.311

Pemohon,

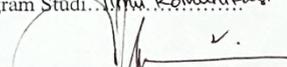
Medan, tanggal 31 Mei 2023

Ketua
Program Studi Ilmu Komunikasi


(.....RUHDI APISKY.....)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi Ilmu Komunikasi


(Akhyar Anshori S.sos.M.I.kom.
NIDN: 0127048401


(Faizal Hamzah Lubis
NIDN: 0121058202



**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 855/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **31 Mei 2023**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **RUHDI ARISKY**
N P M : 1903110007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **ANALISIS MAKNA BENTUK DAN PERANAN WARNA PADA DESAIN BRAND LOGO UTENN COFFEE**
Pembimbing : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.IKom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 153.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 31 Mei 2024.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 11 Dzulqaidah 1444 H
31 Mei 2023 M

Dekan,



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bisa menjadikan sumbu ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.youtube.com/umsu.medan)

Slk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, Senin, 3 Juli.....2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : RUHDI ARISKY
N P M : 1903110007
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor SSS.../SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023, tanggal 31 MEI 2023 dengan judul sebagai berikut :

ANALISIS MAKNA BENTUK DAN PERANAN WARNA
PADA DESAIN LOGO BRAND UTENN COFFEE

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM (Transkrip Nilai Sementara) yang telah disahkan;
4. Foto Copy Kartu Hasil Studi (KHS) Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proprosals Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menverujui :

Pembimbing

(FAIZAL HAMBAL Lubis, S.Sos., M.I.kom)

NIDN: 012 105 82 02

Pemohon,

(RUHDI ARISKY)



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1286/UND/III.3 AU/UMSU-03/IF/2023



UMSU
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 21 Juli 2023
Waktu : 09.30 WIB s.d. selesai
Tempat : Lab FISIP UMSU Gedung C
Penyempitan Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



No	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
6	RUDY ARSKY	1903110007	DR. SUSTI HARDIYALITO, S.Sos., M.I.Kom.	FAZLIL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS MAKNA BENTUK DAN PERANAN WARNYA PADA DESAIN BRAND LOGO UTENNY COFFEE
7	FADU ARDIAN PRANINGRANGIN	1903110212	DR. FAUSTINIA, S.Sos. M.M., M.I.Kom.	HT. TERNEMAN, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS PELAKSANAAN ADAT PEBU SEBAGAI KOMUNIKASI ANTARA MERTUA DAN MENANTU PADA SIKU KARO DI PAVAI HULU
8	MUHAMMAD AKMAL RINULDI TAMBUNAN	1903110027	DR. RIBUT PRADI, S.Sos. M.I.Kom.	DR. MUHAMMAD THARIQ KHAIRANI, M.Si. S.Sos., M.I.Kom.	REPRESENTASI NILAI PERJUANGAN SEORANG AYAH DALAM LAGU AYAH IBU YARYA OFFICIAL CHANNEL KARNAMEBEKA BAND
9	ZAHIRATUL UANNIAH SAFADIRA	1903110045	DR. MUHAMMAD SAID HARHAP, S.Sos., M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. LELYA KHAIRANI, M.Si.	MAKNA SIMBOLIK TRADISI SINUNO FALOMA DALAM ADAT PERNIKAHAN MASYARAKAT NIAS DI KOTA GUNUNG SITOU
10	MUHAMMAD RIFKI FACHRI PANGGABEAN	1903110245	DR. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. LELYA KHAIRANI, M.Si.	POLA KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA SISWA SMA TUNAS BARU LANGKAT DALAM MENJAGA KONDUSIFITAS ANTAR ETNIS

Medan, 02 Muharram 1444 H
20 Juli 2023 M

Ditandatangani


(Dr. ASIFIT SALEH, S.Sos., M.S.P.)



STARS





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sila mengawak surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/3AN-PT/AK.KP/PTXII/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Elzari No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 6622457 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fkip.umsl.ac.id> fkip@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Ruhoi Arisky
N P M : 1903110007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Makna Bentuk dan Peranan Warna pada Desain Brand Logo Uttern Coffee

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	31/5/2023	Acc Pengajuan judul Skripsi	
2.	26/6/2023	Bimbingan Proposal BAB I.II.III	
3.	3/7/2023	Revisi proposal Skripsi	
4.	3/7/2023	Acc Seminar Proposal	
5.	26/7/2023	Bimbingan dan Revisi BAB I.II.III	
6.	29/8/2023	Bimbingan skripsi BAB IV.V	
7.	28/8/2023	Revisi Skripsi BAB IV	
8.	9/9/2023	Bimbingan Skripsi	
9.	5/9/2023	Acc Skripsi	

Medan, 5 September 2023.

Dekan,

(Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP.)
NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi,

(Alkyar Anshari, S.sos.,M.I.kom
NIDN: 012701098901

Pembimbing,

(Faisal Harefa Lubis, S.sos.,M.I.kom
NIDN: 0121058202



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGLAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 1722/UND/II.3.AU/UMSU-03/IF/2023



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 21 September 2023
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



SK-10

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
21	INDRI INDAH DEWI	1903110019	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.kom.	Dr. JUNAIDI, S.PdI, M.SI	PESAN DAKWAH ANIMASI "RIKO THE SERIES" DALAM PENANAMAN AJARAN ISLAM PADA SISWA TK AL-AMIN MEDAN DELI
22	RAELI NAUFAL SUHANDANI	1903110066	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.kom	Dr. JUNAIDI, S.PdI, M.SI	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENJAGA EKISTENSI BUS TRANS METRO DELI PT. MEDAN BUS TRANSPORT DI MEDAN
23	ZULKARNAIN POLEM	1703110067	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.kom	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.kom	"JOKOWI: THE KING OF LIPS SERVICE" DI AKUN TWITTER BEM UNIVERSITAS INDONESIA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA STRATA I)
24	ICHSAN PRATAMA	1903110325	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.kom	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.kom	ANALISIS ISI TINDAK KEKERASAN PADA FILM BERBALAS KEJAM KARYA TEDDY SOERIAATMADJA
25	RUHDI ARISKY	1903110007	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.kom	Dr. JUNAIDI, S.PdI, M.SI	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.kom.	ANALISIS MAKNA BENTUK DAN PERANAN WARNA PADA DESAIN BRAND LOGO UTENN COFFEE

Notulis Sidang :

1.

Ditandatangani oleh :

a.n. Rektor

Wakil Rektor I

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



Panitia Ujian

Sekretaris

Dr. ABRAR ADFANI, S.Sos., M.I.kom

Medan, 02 Rabulul Awwal 1445 H
18 September 2023 M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Ruhdi Arisky
Tempat/Tanggal Lahir : Blang Sentang, 12 November 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Status Perkawinan : Belum Menikah
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Karyawan No.24 Tanjung Rejo, Setia Budi,
Medan Sunggal
Email : rudyarisky07@gmail.com

Status Keluarga

Nama Ayah : Edi Arismanto
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Nama Ibu : Beby Dian Rahmawati
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Blang Sentang, Kec. Bukit, Kab. Bener Meriah,
Aceh

Pendidikan Formal

2008-2013 : MIN 1 Simpang Tiga
2013-2016 : Az-Zahrah Islamic Boarding School
2016-2019 : SMA N Unggul Binaan Bener Meriah
2019-203 : Strata-1 Ilmu Komunikasi Fisip UMSU