

# ANALISIS LOGO TOKO ROTI SEKITAR KECAMATAN MEDAN PETISAH BERDASARKAN TIPOGRAFI DAN WARNA

**Rahma Khairunisa\* , Gamal Kartono\* Sumarsono\***

*Program Studi Pendidikan Seni Rupa Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Medan*

*Jl. Willem Iskandar Pasar V Medan Estate, Kec, Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang, Kode  
Pos 20371*

*Sumatera Utara. Indonesia*

*Email: erkacchi04@gmail.com*

## **Abstract**

The logo is an identity that is used to describe the image and character of an institution, company or organization. Logo or word mark is the name of an institution, a company or a product that appears in writing to describe its commercial characteristics. Basically, a logo is a symbol that represents the figure, face or existence of a company or a company's product. In addition to enhancing the image of the company, logos are often used to strengthen the spirit between components within the company. The results of this study show that the overall logo design is good in terms of color placement and typography. The choice of the font depends on the readability / display and the size of the font used also depends on the readability of the logo text. The font used in the logo is adapted to the theme. The colors used can emphasize the logo to create contrast and the correct reading flow. Average Scored Results for Typography get an average grade of 62.7 and fall into Category C, which is pretty good. And for color, the average is 67.7 and it's in category C, which is pretty good.

**Keywords:** *Logo, Typography, and Colours.*

## **Abstrak**

Logo merupakan identitas yang dipergunakan untuk meng-gambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. *Logotype* atau tanda kata (*word mark*) merupakan nama lembaga, perusahaan, atau produk, yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial. Pada prinsipnya, logo merupakan simbol yang mewakili sosok, wajah, atau eksistensi suatu perusahaan atau produk dari sebuah perusahaan. Selain membangun citra perusahaan, logo juga sering kali dipergunakan untuk membangun spirit secara internal diantara komponen yang ada dalam perusahaan tersebut. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan desain logo sudah baik dalam penempatan warna dan tipografi. Pemilihan jenis huruf berkaitan dengan tingkat kemudahan untuk dibaca/dilihat dan ukuran huruf yang digunakan berkaitan pula dengan keterbacaan teks logo. Jenis huruf yang digunakan pada logo disesuaikan dengan tema. Warna yang digunakan dapat

memberikan penekanan pada logo sehingga menimbulkan kontras dan alur baca yang tepat. Hasil rata-rata penilai yang sudah di nilai untuk tipografi memperoleh nilai dengan rata-rata yaitu 62,7 dan termasuk dalam kategori C yang dimana **cukup baik**. Dan untuk warna diperoleh nilai dengan rata-rata yaitu 67,7 dan termasuk dalam kategori C yang dimana **cukup baik**.

**Kata Kunci :** *Logo , Tipografi, Warna*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Logo merupakan identitas yang dipergunakan untuk meng-gambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. *Logotype* atau tanda kata (*word mark*) merupakan nama lembaga, perusahaan, atau produk, yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial. Pada prinsipnya, logo merupakan simbol yang mewakili sosok, wajah, atau eksistensi suatu perusahaan atau produk dari sebuah perusahaan. Selain membangun citra perusahaan, logo juga sering kali dipergunakan untuk membangun spirit secara internal diantara komponen yang ada dalam perusahaan tersebut.

Sebuah logo yang baik dan berhasil akan dapat menimbulkan sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga image produk pemilik logo itu. Secara visualisasi, logo adalah suatu gambar. Gambar itu bisa berupa berbagai unsur bentuk dan warna. Oleh karena sifat dari apa yang diwakili oleh logo berbeda satu sama lain, maka

sewajarnya logo itu memiliki bentuk yang berbeda pula. Penggunaan logo yang dikenal saat ini awalnya hanyalah sekedar berupa lambang, simbol, yang merupakan identitas suatu kelompok, suku, bangsa, atau negara. Suku-suku bangsa di masa lalu sering menggunakan maskot binatang seperti beruang, burung, rajawali, dan kuda sebagai simbolik mereka. Maskot maskot tadi diambil dari apa saja yang dikagumi di sekeliling mereka. Logo merupakan elemen yang sangat penting untuk sebuah perusahaan atau badan-badan lainnya. Didalam logo-pun terdapat arti dan tujuan dari yang memakainya, baik dari warnanya, gambarnya, tulisannya maupun pembuatannya.

Logo bisa diibaratkan dengan wajah. Setiap orang bisa dengan mudah dikenali antara satu dengan yang lain hanya dengan melihat wajah. Begitu juga halnya dengan logo. Logo merupakan sebuah visi penyampaian citra positif melalui sebuah tampilan sederhana dalam bentuk simbol. Logo sebagai bagian dari identitas perusahaan, dirancang terutama sebagai simbol pembeda untuk memberikan ciri khas suatu produk atau merek tertentu. Bentuknya dapat berupa lambang, gambar,

bentuk, huruf khusus, atau untaian kata, yang membentuk nama yang ditulis dengan cara khusus. Citra merek atau brand image merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek. Dari observasi dapat di lihat beberapa toko roti daerah Kecamatan Medan Petisah memiliki logo yang belum memenuhi kriteria yang baik dimana sebuah logo harus lah dibuat dengan adanya unsur sebagai berikut : dapat dideskripsikan, sederhana dan mudah diingat, timeless, original, tidak menimbulkan arti lain, flexible, relevan dengan merk bisnis/perusahaan, pendekatan tren, pilihan warna, dan pemilihan font yang tepat.

Dalam sebuah logo toko roti, memasukkan unsur tipografi yang dimana peran dari pada tipografi itu sendiri adalah untuk dapat mengkomunikasikan ide atau informasi dari logo tersebut kepada orang yang melihat logo pada toko roti tersebut. Peneliti melihat di beberapa logo toko roti kurang memperhatikan penggunaan tipografi hingga mudah terlupakan atau tidak terlalu menarik perhatian. Peneliti juga melihat pemilihan warna pada beberapa logo yang cenderung kurang tepat antara warna latar belakang dan unsur didalam nya, warna nya juga terkesan monoton dan kadang kurang cocok dengan toko roti tersebut. Bukan hanya dalam

pemilihan warna, desain logo, tipografi pada logo produkpun ada yang tidak sesuai dan mencerminkan produk dari toko roti tersebut.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, Hal ini disebabkan karena :

1. Desain logo kurang mencerminkan sebuah toko roti dan terkesan kurang *modern*.
2. Pemilihan Warna pada beberapa logo yang cenderung kurang tepat antara warna latar belakang dan unsur didalam nya.
3. Pada warna Logo terkesan monoton dan kurang sesuai dengan toko roti tersebut.
4. Tipografi pada jenis huruf di beberapa logo pada produk tampak tidak seirama.
5. Kurangnya variasi penggunaan warna pada beberapa logo.

Pada beberapa logo memiliki bentuk desain yang hampir sama dengan logo lainnya..

## 1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan pembahasan di atas, Penelitian ini berfokus kepada :

1. Penerapan prinsip Tipografi pada desain logo toko roti yang ada di Kecamatan Medan Petisah.
2. Pemilihan warna yang digunakan pada desain logo toko roti yang ada di Kecamatan Medan Petisah.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah :

1. Bagaimana penerapan prinsip tipografi pada desain logo toko roti yang ada di Kecamatan Medan Petisah.
2. Bagaimana pemilihan warna yang digunakan dalam desain logo toko roti yang ada di Kecamatan Medan Petisah.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan prinsip Tipografi pada Desain Logo Toko Roti di Kecamatan Medan Petisah.

Untuk mengetahui bagaimana pemilihan warna yang digunakan pada Desain Logo Toko Roti di Kecamatan Medan Petisah.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

1. Manfaat teoritis
  - a. Sebagai bahan rujukan bagi Dosen dan mahasiswa yang akan melakukan penelitian relevan.
  - b. Rujukan dalam penggunaan tipografi atau jenis huruf yang baik.
  - c. Rujukan untuk peneliti bila akan bekerja di bidang desain logo.
  - d. Sebagai rujukan untuk peneliti bila akan bekerja di bidang desain logo
2. Manfaat praktis.
  - a. Masukan kepada mahasiswa ataupun desainer lainnya sebagai referensi untuk diterapkan dalam membuat desain sampul majalah.
  - b. Masukan untuk calon desainer apabila mendapat kesulitan untuk mendapatkan sumber literatur yang berhubungan dengan desain logo
  - c. Bagi para dosen agar bisa menjadi acuan dalam menilai kualitas logo dan cara mendesain menggunakan prinsip-prinsip tipografi dan warna.
  - d. Manfaat bagi peneliti untuk melatih keterampilan dalam desain logo suatu toko roti serta kepekaan peneliti dalam menilai prinsip-prinsip yang terkandung dalam desain logo.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

Kerangka teoritis adalah sebagai acuan ataupun pedoman dalam penyelesaian masalah suatu penelitian. Dalam penelitian ini penulis membuat suatu landasan teoritis berdasarkan kajian dari berbagai kepustakaan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

Landasan teoritis adalah deskripsikan dari hasil suatu studi kepustakaan yang berhubungan (*relevan*) serta mendukung pokok permasalahan yang hendak diteliti, sehingga landasan teoritis ini merupakan acuan ataupun pedoman dalam penyelesaian masalah suatu penelitian. Dengan pengembangan teori-teori yang sudah ada disimpulkan bahwa otoritas yang diangkat dari analisis kepustakaan, yang bisa mendukung logika berfikir penulis apalagi didukung fakta-fakta yang ada sehingga penelitian ini dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang didasarkan tujuan-tujuan yang telah dibuat. Adapun yang akan dibahas adalah yang kerangka teoritis adalah sebagai acuan ataupun pedoman dalam penyelesaian masalah dalam suatu penelitian.

### 2.1 Analisis

Makna dapat diartikan sebagai arti dari sebuah kata atau benda, makna

muncul pada saat bahasa dipergunakan karena peran bahasa dalam komunikasi dan proses berpikir, serta khususnya dalam persoalan yang menyangkut bagaimana mengidentifikasi, memahami ataupun meyakini.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2009 : 384) menyebutkan, “ Makna adalah arti atau maksud penting di dalamnya ”. Makna adalah bagian yang tidak terpisahkan dari semantik dan selalu melekat dari apa saja yang kita tuturkan

### 2.2 Logo

Surianto Rustan (2009 : 13) juga menjelaskan bahwa logo bisa menggunakan elemen apa saja, seperti tulisan, *logogram*, gambar dan ilustrasi.

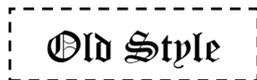
Menurut Terence A. Shimp (2003 : 306), tidak diragukan lagi bahwa logo menjadi peran komunikasi yang dapat berdampak pada citra dan kesadaran pada sebuah merek. Sehingga logo menjadi salah satu peran dalam strategi untuk pemasaran.

### 2.3 Tipografi

Tipografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan

ksan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca secara semaksimal mungkin, “ada dua hal yang akan menentukan kesuksesan desain terkait penggunaan typografi, yaitu 1) *legibility*, 2) *readability*”.

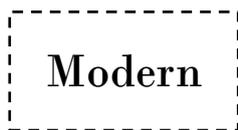
Tipografi adalah suatu sarana komunikasi visual yang sangat berarti oleh manusia, dan huruf merupakan saksi yang menuliskan dan menceritakan peradaban manusia selama berabad lamannya (Kartono, 2015:1).



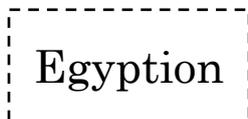
Gambar 2.1. *Old Style*  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



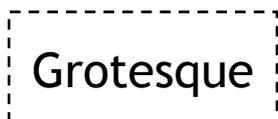
Gambar 2.2. *Trandisional*  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 2.3. *Modern*  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 2.4. *Egyption*  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 2.5. *Grotesque Sans Serif*  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 2.6. *Humanis Sans Serif*  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 2.7. *Script*  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 2.8. *Dekoratif*  
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

## 2.4 Warna

Mesra (2013:50) menjelaskan bahwa : “Warna adalah pantulan cahaya yang jatuh kepermukaan benda dimana akan terlihat berbeda-beda berdasarkan sifat material benda tersebut. Pantulan warna yang dilihat oleh mata kita tersebut bervariasi warnanya sehingga dapat dikatakan berjuta-juta warna ada di alam”.

Dermawan (2013:44) menjelaskan bahwa : “Warna adalah gelombang cahaya dengan frekuensi berbeda yang mempengaruhi penglihatan kita. (*Colour is the effect on your eyes of light waves of differing wavelength of frewuencies*). Warna memiliki tiga dimensi dasar yaitu *hue*, nilai (*value*), dan intensitas (*intensity*)”.



Gambar 2.9 Lingkaran Warna  
Sumber Gambar : Tigercolour

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian sangat perlu dipertimbangkan dengan matang, oleh karena itu penulis menitik beratkan lokasi penelitian di Daerah Kecamatan Medan Petisah.

#### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

Berdasarkan pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan populasi adalah jumlah dari keseluruhan pada objek penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu beberapa logo toko roti di Kecamatan Medan Petisah. Berkaitan dengan penelitian ini, maka yang menjadi populasi dalam penelitian adalah berjumlah 24 desain logo toko roti di Kecamatan Medan Petisah.

#### **3.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Metode yang signifikan dapat mempengaruhi substansi penelitian. Artinya bahwa metode kualitatif menyajikan secara

langsung hakikat hubungan antara peneliti dan informan.

#### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara memperoleh data dari sumber-sumber data yang ditentukan.

#### **3.5 Instrumen Dan Alat Penelitian**

Dalam instrumen penilaian ditentukan beberapa hal yaitu: objek penelitian, sumber data, waktu dan dana yang tersedia, teknik yang digunakan untuk mengolah data.

#### **3.6 Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data non statistik (kualitatif) yang terkumpul melalui survey, observasi, wawancara dan dokumentasi yang dideskripsikan dalam bentuk karya tulis ilmiah, kemudian diklasifikasikan sesuai dengan isi dan materi data tersebut. Berkaitan dengan tahapan analisis data, akan diupayakan untuk memperdalam atau menginterpretasikan data secara spesifik dalam rangka menjawab keseluruhan pertanyaan penelitian. Di sisi lain, langkah ini dapat menjadi koreksi atau alat control terhadap kekurangan data yang terkumpul dan selanjutnya dapat dilengkapi.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

## 1. Hasil

Data yang telah terkumpul selanjutnya dilakukan penelitian yaitu dengan cara menguraikan agar lebih mudah. Adapun yang akan diuraikan yaitu berupa huruf yang terdapat pada logo, tipografi, dan warna yang terdapat pada logo toko roti.

## 2. Pembahasan

### 1. Logo 1



Gambar 4.1 Logo toko roti Tahiti  
Sumber Dokumentasi peneliti

#### a. Analisis.

##### 1) Tipografi

Dalam logo ini sangat mudah dibaca dan mudah diingat, terkesan terlalu Kuno, kurang simple dalam bentuk tulisannya. Dalam logo tersebut hanya memiliki unsur *Alphabet* (berbentuk huruf) yang terkesan padat, yang disebut juga dengan desain “*Display/Dekoratif*”. Elemen dalam logo ini hanya berbentuk *letter mark*.

##### 2) Warna

Warna yang digunakan dalam logo tersebut kurang mencerminkan sebuah logo toko roti, warna terkesan Kuno dan kurang menarik

perhatian orang untuk datang ke toko roti tersebut.

#### b. Penilaian.

**Tabel 4.1 Rekapitulasi penilaian Logo Toko Roti 1**

No.	Indikator Penilaian	Skor
A	Tipografi	72
B	Warna	56
Jumlah		128
Rata-rata		64

### 2. Logo 2



Gambar 4.2 Logo Toko Roti Medan Napoleon  
Sumber [www.lokerinone.com/2020/07/medan-napoleon.html](http://www.lokerinone.com/2020/07/medan-napoleon.html)

#### a. Analisis.

##### 1) Tipografi

Tipografi dalam logo ini kurang fokus dalam pembacaan. Tipografi tulisan “MEDAN” dalam logo ini terlalu tipis namun tetap bisa di baca yang dimana jenis huruf yang digunakan ialah “Sans Serif”, , tipografi dalam tulisan “Napoleon” memiliki kontras yang berbeda dengan tulisan “MEDAN” karena menggunakan jenis huruf yang

berbeda yaitu “*Script* dan *Cursive*” yang dimana tulisan “Napoleon” menggunakan jenis huruf yang menyerupai tulisan tangan. Lalu pada bagian “Oleh-oleh kota Medan” menggunakan jenis huruf “*Sans Serif*” yang terlalu kecil dan terlalu berjarak. Ditambah dengan simbol “3 gandum” menandakan bahwa mereka menjual roti dan kue menggunakan salah satu bahannya adalah tepung gandum. Perpaduan dua jenis huruf dalam satu logo adalah pilihan yang tepat namun juga beresiko karena tergantung pada jenis huruf yang kurang cocok untuk disatukan.

2) Warna

Warna yang digunakan dalam logo tersebut kurang mencerminkan sebuah logo toko roti, warna terkesan Kuno dan kurang menarik perhatian orang untuk datang ke toko roti tersebut.

b. Penilaian.

**Tabel 4.2 Rekapitulasi penilaian Logo Toko Roti 2**

No.	Indikator Penilaian	Skor
A	Tipografi	70
B	Warna	80

<b>Jumlah</b>	<b>150</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>75</b>

**3. Logo 3**



Gambar 3.3 Logo Toko Roti Clover  
Sumber Dokumentasi Peneliti

a. Analisis.

1) Tipografi

1) Dalam logo ini sangat mudah dibaca dan mudah diingat, namun terkesan terlalu Kuno. Tipografi yang digunakan yaitu *modern* yang terkesan pasaran juga tidak unik.

2) Warna

Warna yang digunakan dalam hanya menggunakan warna coklat yang terkesan biasa saja.

b. Penilaian.

**Tabel 4.3 Rekapitulasi penilaian Logo Toko Roti 3**

No.	Indikator Penilaian	Skor
A	Tipografi	50
B	Warna	56
<b>Jumlah</b>		<b>106</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>53</b>

#### 4. Logo 4



Gambar 4.4 Logo Toko Roti Choco Bakery  
Sumber [www.mpssoft.co.id/post/produk/Choco-Bakery.html#.YPKTa8QxXIU](http://www.mpssoft.co.id/post/produk/Choco-Bakery.html#.YPKTa8QxXIU)

##### a. Analisis.

###### 1) Tipografi

Dalam logo ini tipografi yang digunakan membuat logo ini sangat mudah dibaca dan mudah diingat. Jenis tipografi dalam logo ini menggunakan jenis huruf pada kebanyakan *logotype* yaitu *Sans Serif*, memang terkesan biasa namun dengan menggunakan jenis huruf seperti ini memberi kesan sederhana dan muda untuk di ingat.

###### 2) Warna

Warna yang digunakan dalam logo tersebut cukup baik untuk mencerminkan sebuah toko roti, terkesan segar dan mengundang orang untuk membeli. Menggunakan warna orange dan merah memberi kesan kuat dan menonjol.

##### b. Penilaian.

**Tabel 4.4 Rekapitulasi penilaian Logo Toko Roti 4**

No.	Indikator Penilaian	Skor
A	Tipografi	75
B	Warna	85
<b>Jumlah</b>		<b>160</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>80</b>

#### 5. Logo 5



Gambar 3.4 Logo Toko Roti Dutch Bakery  
Sumber Dokumentasi Peneliti

##### a. Analisis.

###### 1) Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam logo ini terkesan biasa namun mudah di ingat dan mudah dilupakan pula. Jenis huruf yang digunakan dalam *logotype* ini adalah *Sans Serif* terkesan biasa dan kurang menarik perhatian.

###### 2) Warna

Warna yang digunakan cocok untuk sebuah toko roti namun terlalu biasa dan tidak terlalu memunculkan pusat perhatian.

##### b. Penilaian.

**Tabel 4.5 Rekapitulasi penilaian Logo Toko Roti 5**

No.	Indikator Penilaian	Skor
A	Tipografi	70

B	Warna	72
<b>Jumlah</b>		<b>142</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>71</b>

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Berdasarkan tentang prinsip-prinsip tipografi, dan warna terhadap logo toko roti di Kecamatan Medan Petisah maka beberapa hal dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah:

- Prinsip-prinsip tipografi dalam 10 logo toko roti penerapannya mencapai nilai rata-rata yaitu 62,7 dan termasuk dalam kategori C yang dimana **cukup baik, 3** logo mendapatkannilai yang **baik(30%)**, **2** logo mendapatkan nilai yang **cukup baik(14%)**, dan **5** logo mendapatkannilai yang **Kurang baik(33%)**.
- Prinsip-prinsip warna dalam 10 logo toko roti penerapannya mencapai nilai rata-rata yaitu 67,7 dan termasukdalamkategori C yang dimana **cukup baik, 4** logo mendapatkannilai yang **baik(27%)**, **6** logo mendapatkan nilai yang **cukup baik(40%)**.

### B. Pembahasan

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, dalam mendesain apapun sangat disarankan menggunakan tahapan-tahapan

kerja yang benar supaya menghasilkan karya dengan kualitas yang optimal.

1. Bagi desainer yang pertama kali dilakukan adalah mencari fakta-fakta tentang entitas, termasuk persaingan. Kemudian menanyakan alasan dan tujuan pembuatan logo. Lalu mengadakan wawancara khusus untuk mendapatkan *personality* dari *brand* tersebut.
  2. Bagi pemimpin umum juga memerhatikan program kerja yang juga mendukung peningkatan kualitas individu sumber daya manusia dalam bidang desain, dan mampu meregenerasikan kepada calon pengurus yang akan datang.
- Untuk mahasiswa yang tertarik dalam desain logo jangan terlalu membiarkan teknologi mengontrol anda sejak awal menentukan strategi desain

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Anggraini SL & Kirana, N. 2020. *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* : Rineka Cipta
- \_\_\_\_\_. 2018. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* : Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2006. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Darmaptawira, Sulasmi. 2002. *Warna*. Bandung: ITB

Ensiklopedia Nasional Indonesia. 1988 : 19.

Hendratman Hendi. 2017 *Computer Graphic Design*. Bandung : Informatika.

Jessica Diana Kartika, SSn & Rudyant Siswanto Wijaya, SSn. 2015. *Logo visual asset development*. Gramedia. Jakarta.

Kartono, Gamal. 2015. *Tipografi*. Medan: Unimed Press.

KBBI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2014 Jakarta: Gita Media Press.

---

. 2003 Jakarta: Gita Media Press.

Lauer David A., (1990). *Design Basics*. USA : Charlyce Jones Owen

Maharsi, Indiria. 2013. *TIPOGRAFI (Tiap Font Memiliki Nyawa dan Arti)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Servis).

Oxford English. 2010, *Oxford Dictionary Learner's New edition*. Oxford University Press.

---

. 2017. *Mendesain LOGO*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

---

. 2017. *HURUF TIPOGRAFI*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sembiring, Dermawan. 2013, *Wawasan Seni*. Medan: Unimed Press

Sudaryono. 2018, *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabet

Sukmadinata, Nanah Syaodih. 2017, *Ilmu Dan Aplikasi Pendidikan. Kurikulum Pembelajaran*. Bandung: PT Imperial Bhakti Utama.

Yusuf Muri. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana

Sany Tifani Yenata, F Anita Herawati, "Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada Desain Logo dan Nama Merek Terhadap *Brand Image*".

### Skripsi/Tesis/Disertasi

Sartika, "Analisis Tentang Filosofi Perubahan Logo Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Samarinda Dalam Mengkomunikasikan Budaya Perusahaan".

### Internet

<http://bukuilmu-anda.blogspot.com/2011/01/pengertian-warna-menurut-para-ahli.html>

<http://www.artikata.com/arti-356551-warna.html>

<http://www.kansmaster.com/index.php?s=definisi+warna>

<http://materikuliaah.info/umum/definisi-warna.aspx>

<http://www.ideaonline.co.id/iDEA/Tips/Dekorasi-ruang/Mengenal-Efek-Psikologi-Warna>

<http://yulia-ku.blogspot.com/2007/11/psikologi-warna.html>

<http://senirupa.web.id/makna-dari-warna.html>

<http://www.f-buzz.com/2009/02/27/pilih-warna-rahasia-psikologi-arti-warna/>

<http://nasional.kompas.com/read/2008/10/09/15551015/psikologi.dan.arti.warna>

[http://jurusgrafis.com/artikel/psikologi-warna-desain-grafis/Memahami Metode Penelitian Kualitatif \(kemenkeu.go.id\)](http://jurusgrafis.com/artikel/psikologi-warna-desain-grafis/Memahami Metode Penelitian Kualitatif (kemenkeu.go.id))

<https://www.rozisenirupa.com/2016/02/prinsip-tipografi.html>

<https://blognyalucy.wordpress.com/2018/10/04/anatomi-huruf/>

<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/07/pengertian-logo-fungsi-logo-jenis-logo-aspek-logo-terlengkap.html>