GANDIWA: Jurnal Komunikasi
e-ISSN:2798-5180
ISSN Print: 2798-5970
Vol. 06 No. 01, Juni 2026
Hal. 56-64

ANALISIS VISUAL LOGO KEMENTERIAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2024

Yakub Maulana Arifin[1)], Noval Danu Prawira[2)]

[1,2] Fakultas Komunikasi dan Diplomasi, Universitas Pertamina, Jl. Teuku Nyak Arief, Simprug, Kecamatan Kebayoran Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12220

Email: 106123004@student.universitaspertamina.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia yang diterbitkan pada tahun 2024 sebagai bentuk komunikasi visual dalam merepresentasikan nilai-nilai budaya Indonesia. Logo tersebut penting untuk diteliti karena berfungsi sebagai identitas visual resmi kementerian sekaligus simbol yang merepresentasikan keberagaman dan identitas budaya nasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis visual berdasarkan teori representasi dan prinsip-prinsip Gestalt. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen visual dalam logo merepresentasikan nilai persatuan, keberagaman, regenerasi, dan keberlanjutan budaya Indonesia. Selain itu, prinsip kedekatan, kesamaan, kesinambungan, dan penutupan membentuk kesatuan visual yang memperkuat fungsi logo sebagai media komunikasi simbolik dan identitas kebudayaan nasional.

Kata Kunci: Logo, Komunikasi Visual, Representasi, Gestalt, Identitas Budaya

Abstract

This study analyzes the Logo of the Ministry of Culture of the Republic of Indonesia, introduced in 2024, as a form of visual communication representing Indonesian cultural values. The logo is important to examine because it serves as the official visual identity of the Ministry of Culture while representing cultural diversity and national identity. This research employs a qualitative approach using visual analysis methods based on representation theory and Gestalt principles. The findings indicate that the visual elements of the logo represent the values of unity, diversity, cultural regeneration, and cultural sustainability in Indonesia. Furthermore, the principles of proximity, similarity, continuity, and closure create a unified visual composition that strengthens the logo's function as a medium of symbolic communication and a representation of national cultural identity.

Keywords: *Logo, Visual Communication, Representation, Gestalt, Cultural Identity*

Correspondence author: *Yakub Maulana Arifin, 106123004@student.universitaspertamina.ac.id, Jakarta, and Indonesia*

This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Dalam konteks desain komunikasi visual, logo dipahami sebagai sistem tanda yang dibangun melalui elemen visual seperti bentuk, warna, tipografi, dan komposisi, yang secara bersama-sama membentuk makna tertentu bagi publik (Grobert, Cuny, & Fornerino, 2016). Keberadaan logo tidak hanya berfungsi sebagai penanda grafis, tetapi juga sebagai media komunikasi simbolik yang merepresentasikan nilai, visi, dan citra organisasi. Logo merupakan salah satu elemen visual yang memiliki peran penting dalam membentuk identitas sebuah institusi

Pada institusi publik, khususnya lembaga negara yang bergerak di bidang kebudayaan, fungsi logo menjadi lebih kompleks dan strategis. Melalui logo, institusi negara berupaya membangun citra, menegaskan posisi ideologis, serta menyampaikan pesan mengenai keberagaman dan persatuan budaya dalam satu kesatuan identitas nasional (Fatoni & Jupriani, 2023). Logo tidak hanya berperan sebagai identitas administratif, tetapi juga sebagai representasi visual dari nilai-nilai budaya nasional yang ingin disampaikan kepada masyarakat.

Sebelum memiliki identitas visual sendiri, bidang kebudayaan di Indonesia berada di bawah kementerian yang mengalami beberapa perubahan struktur dan nomenklatur. Oleh karena itu, identitas visual yang digunakan juga mengikuti logo kementerian yang menaungi urusan kebudayaan pada periode tersebut. Setelah Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia berdiri sebagai kementerian tersendiri, diperlukan sebuah logo yang dapat merepresentasikan nilai, fungsi, dan identitas kebudayaan Indonesia secara lebih spesifik.

Logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia Tahun 2024 diperkenalkan melalui sayembara nasional yang melibatkan ribuan peserta dari berbagai daerah di Indonesia. Proses sayembara ini menunjukkan upaya kementerian dalam melibatkan partisipasi publik sekaligus menghadirkan representasi budaya yang lebih inklusif. Logo yang terpilih memadukan berbagai simbol visual yang mengandung nilai ideologis, geografis, dan sosial budaya bangsa Indonesia. Kehadiran logo ini menarik untuk dikaji karena tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual institusi, tetapi juga sebagai media komunikasi simbolik yang menyampaikan nilai-nilai kebudayaan kepada masyarakat luas (Fadhillah, 2024).

Perubahan atau pembaruan logo institusi negara sering kali memunculkan beragam interpretasi dan respons dari masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa logo memiliki kekuatan simbolik yang mampu memengaruhi cara publik memahami dan menafsirkan identitas suatu institusi. Tanpa analisis visual yang sistematis, makna yang terkandung dalam logo berpotensi dipahami secara subjektif dan terbatas pada aspek estetika semata. Oleh karena itu, kajian akademik diperlukan untuk menguraikan bagaimana elemen-elemen visual dalam logo membangun makna dan merepresentasikan nilai budaya serta identitas nasional (Nurwahyuni, 2024).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis visual untuk mengkaji logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia Tahun 2024. Analisis dilakukan dengan mengacu pada teori representasi visual yang menekankan bagaimana simbol dan elemen visual digunakan untuk menyampaikan makna dalam konteks sosial dan budaya (Elkins, 2013). Selain itu, prinsip-prinsip Gestalt digunakan untuk memahami keterpaduan dan interaksi antar elemen visual, seperti kedekatan, kesamaan, kontinuitas, dan penutupan, yang membentuk persepsi visual secara menyeluruh (Koffka, 2013).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis elemen-elemen visual pada Logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia Tahun 2024 serta mengidentifikasi makna representasi budaya yang dibangun melalui komposisi visual logo tersebut. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian desain komunikasi visual, khususnya terkait peran logo institusi negara sebagai media representasi budaya dan pembentukan identitasnasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan deskriptif-analitis untuk menganalisis elemen-elemen visual dalam logo sebagai bentuk komunikasi simbolik.

Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pemaknaan elemen visual dalam konteks sosial dan budaya melalui analisis visual. Penelitian dilakukan dengan mengacu pada teori representasi visual dan prinsip-prinsip Gestalt sebagai kerangka konseptual utama dalam memahami makna visual yang dibangun oleh elemen desain logo (Elkins, 2013; Koffka, 2013).

Objek penelitian dalam studi ini adalah logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia Tahun 2024. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada analisis elemen visual logo, meliputi warna, bentuk, tipografi, dan komposisi visual serta hubungan antar elemen visual. Penelitian ini bersifat non-lapangan karena objek penelitian berupa artefak visual. Bahan utama kajian berupa dokumentasi visual logo resmi yang diperoleh dari sumber resmi Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui studi dokumentasi dan observasi visual terhadap logo.

Teori representasi digunakan untuk memahami bagaimana elemen-elemen visual berfungsi sebagai tanda yang menghasilkan dan menyampaikan makna dalam konteks sosial dan budaya. Menurut teori representasi, makna tidak hanya terdapat pada objek visual itu sendiri, tetapi juga dibentuk melalui proses interpretasi yang menghubungkan simbol, konsep, dan realitas sosial. Dalam penelitian ini, teori representasi digunakan untuk mengidentifikasi makna budaya yang terkandung dalam elemen-elemen visual Logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia Tahun 2024.

Selain itu, penelitian ini menggunakan prinsip Gestalt untuk memahami keterpaduan dan interaksi antar elemen visual dalam membentuk persepsi visual yang utuh. Prinsip Gestalt yang digunakan meliputi kedekatan (*proximity*), kesamaan (*similarity*), kesinambungan (*continuity*), dan penutupan (*closure*). Keempat prinsip tersebut digunakan untuk menganalisis bagaimana elemen-elemen visual pada logo saling berhubungan dan membentuk kesatuan makna yang mudah dipahami oleh peneliti. Teknik analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi dan mengklasifikasikan elemen-elemen visual pada logo, kemudian menganalisis keterkaitan antar elemen menggunakan teori representasi dan prinsip Gestalt untuk membangun interpretasi makna visual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Logo Kementerian Kebudayaan

Logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia merupakan identitas visual institusi yang dirancang sebagai media komunikasi simbolik untuk merepresentasikan nilai-nilai kebudayaan nasional. Dalam kajian komunikasi visual, logo dipahami sebagai sistem tanda yang tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga mengandung makna sosial dan budaya yang dikonstruksi melalui elemen visualnya (Elkins, 2013). Oleh karena itu, analisis terhadap logo ini penting untuk memahami bagaimana identitas budaya nasional direpresentasikan secara visual.

Logo ini diperkenalkan sebagai bagian dari pembaruan identitas visual Kementerian Kebudayaan yang bertujuan memperkuat citra institusi di ruang publik. Pada konteks desain logo kebudayaan, identitas visual berfungsi sebagai representasi nilai budaya dan identitas kolektif yang dikomunikasikan kepada masyarakat luas (Pugersari, 2024). Dengan demikian, logo tidak hanya berfungsi sebagai penanda administratif, tetapi juga sebagai simbol kebudayaan yang membawa makna sosial.



Gambar 1. Logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia Tahun 2024
Sumber: Instagram @rasendareza, 2024.

Secara visual, Logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia Tahun 2024 tersusun atas tujuh elemen simbolik utama, yaitu lima helai ekor, empat helai sayap, anyaman atau tenunan, mahkota, pita, daun, dan simbol tak terhingga. Secara elemen desain, logo ini dibangun melalui perpaduan garis, bentuk, warna, dan komposisi visual yang saling terhubung sehingga membentuk satu kesatuan yang utuh. Elemen-elemen tersebut tidak dirancang secara terpisah, melainkan saling berkaitan untuk membangun struktur visual yang kohesif dan mudah dikenali. Kesatuan bentuk dan komposisi visual ini menjadi dasar dalam memahami bagaimana pesan kebudayaan direpresentasikan secara simbolik, yang selanjutnya dianalisis lebih mendalam pada bagian berikutnya.

Analisis Elemen Visual Berdasarkan Teori Representasi

Struktur visual logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia terdiri atas tujuh elemen simbolik utama, yaitu lima helai ekor, empat helai sayap, anyaman atau tenunan, mahkota, pita, daun, dan simbol “tak terhingga”. Dalam perspektif teori representasi, elemen-elemen visual tersebut tidak berfungsi sebagai hiasan semata, melainkan sebagai tanda yang membangun makna melalui relasi antara simbol, konteks budaya, dan pemaknaan sosial yang berkembang di masyarakat (Elkins, 2013).

Sebagai sistem tanda visual, logo ini menyusun makna kebudayaan melalui simbol-simbol yang memiliki kedekatan dengan nilai ideologis dan kultural bangsa Indonesia. Lima helai ekor merepresentasikan lima sila Pancasila sebagai dasar ideologis bangsa, yang menegaskan bahwa kebudayaan nasional tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai dasar kenegaraan. Representasi ini menunjukkan bahwa simbol visual dapat berfungsi sebagai penghubung antara identitas budaya dan kerangka ideologis negara.

Empat helai sayap merepresentasikan keluasan dan keberagaman budaya Indonesia yang terbentang pada empat wilayah geografis. Dalam konteks representasi budaya, simbol ini memaknai kebudayaan sebagai ruang yang inklusif dan menaungi seluruh masyarakat tanpa menonjolkan satu identitas budaya tertentu. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan bahwa representasi visual dalam desain logo kebudayaan berfungsi untuk membangun makna kolektif yang dapat diterima lintas latar sosial dan budaya (Pugersari, 2024).

Elemen anyaman atau tenunan merepresentasikan proses “merajut budaya”, yaitu penyatuan berbagai identitas dan tradisi lokal ke dalam satu kesatuan nasional. Makna ini memperlihatkan bagaimana simbol visual bekerja sebagai metafora sosial, di mana keberagaman tidak dihapus, melainkan menjadi satu dalam struktur yang saling terhubung. Hal ini sejalan dengan temuan Fatoni dan Jupriani (2023) yang menyatakan bahwa representasi visual berperan penting dalam menghubungkan simbol budaya dengan makna kolektif masyarakat.



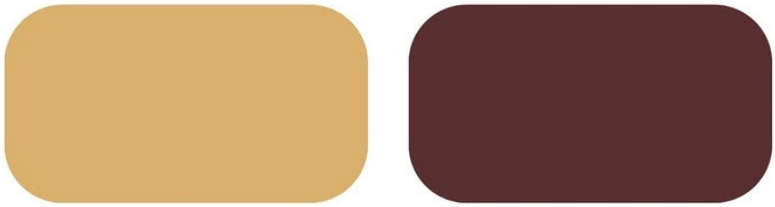
Gambar 2. Struktur Elemen Simbolik Logo Kementerian Kebudayaan RI
Sumber: Instagram @rasendareza, 2024.

Mahkota dalam logo merepresentasikan kedaulatan dan kehormatan budaya bangsa, yang menegaskan posisi kebudayaan sebagai fondasi identitas nasional. Pita melambangkan rasa cinta dan kebanggaan terhadap kebudayaan nasional, sementara elemen daun merepresentasikan regenerasi budaya melalui peran generasi penerus. Simbol "tak terhingga" memaknai kebudayaan Indonesia sebagai nilai yang bersifat abadi dan berkelanjutan lintas generasi, sehingga kebudayaan tidak dipahami sebagai warisan statis, melainkan sebagai proses yang terus berkembang dalam ruang sosial.

Analisis Warna dalam Logo Kementerian Kebudayaan

Warna merupakan elemen visual yang memiliki peran penting dalam membangun makna simbolik dan emosional. Dalam kajian komunikasi visual, warna tidak hanya berfungsi secara estetis, tetapi juga sebagai medium representasi nilai dan identitas yang dikonstruksi secara sosial dan budaya (Karja, 2021). Oleh karena itu, pemilihan warna dalam logo institusi negara memiliki implikasi penting dalam membentuk persepsi publik terhadap identitas dan nilai yang ingin disampaikan.

Logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia menggunakan dominasi warna emas dan cokelat sebagai strategi representasi visual. Kedua warna tersebut tidak dipilih secara arbitrer, melainkan berfungsi sebagai simbol yang merepresentasikan kedudukan kebudayaan sebagai fondasi identitas nasional. Dalam konteks desain logo kebudayaan, pemilihan warna berperan dalam membangun asosiasi makna yang dapat diterima secara luas oleh masyarakat dengan latar budaya yang beragam (Pugersari, 2024).



Gambar 3. Representasi Warna Emas dan Cokelat pada Logo Kementerian Kebudayaan RI
Sumber: Instagram @rasendareza, 2024.

Warna emas merepresentasikan kemuliaan, kehormatan, dan kesejahteraan, yang secara simbolik mengasosiasikan kebudayaan sebagai nilai luhur bangsa. Dalam desain logo, warna emas sering digunakan untuk menegaskan makna prestise dan nilai yang bersifat ideal, sehingga mampu memperkuat citra institusi sebagai penjaga nilai-nilai budaya yang bernilai tinggi (Peterson, AlShebil, & Bishop, 2015). Penggunaan warna emas dalam logo Kementerian Kebudayaan menempatkan kebudayaan sebagai entitas yang dihormati dan dijunjung dalam struktur sosial bangsa.

Sementara itu, warna cokelat melambangkan kestabilan, kekuatan tradisi, dan kesinambungan budaya yang mengakar dalam kehidupan masyarakat (Zharandont, 2015). Dalam konteks representasi visual, warna cokelat sering diasosiasikan dengan kedekatan pada alam dan nilai-nilai tradisional, sehingga mampu membangun kesan keaslian dan kontinuitas budaya. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa warna dalam desain logo dapat berfungsi sebagai penanda kedekatan historis dan kultural antara institusi dan masyarakatnya (Wahmuda & Hidayat, 2020).

Kombinasi warna emas dan cokelat dalam logo Kementerian Kebudayaan memperkuat citra kebudayaan sebagai fondasi identitas nasional yang kokoh sekaligus bernilai tinggi. Perpaduan kedua warna ini membangun keseimbangan antara makna kemuliaan dan keberlanjutan, sehingga kebudayaan tidak hanya dipahami sebagai simbol kejayaan masa lalu, tetapi juga sebagai nilai yang hidup dan terus diwariskan. Dengan demikian, penggunaan warna dalam logo ini berfungsi sebagai strategi representasi visual yang efektif dalam menyampaikan pesan kebudayaan kepada publik.

Analisis Interaksi Elemen Visual Menggunakan Teori Gestalt

Bagian ini menganalisis interaksi antar elemen visual dalam logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia dengan menggunakan teori Gestalt. Berbeda dengan teori representasi yang menitikberatkan pada makna simbolik, teori Gestalt berfokus pada cara elemen-elemen visual saling berhubungan dan dipersepsikan sebagai satu kesatuan yang utuh oleh peneliti. Dalam konteks desain logo, pendekatan Gestalt penting untuk memahami bagaimana struktur visual memengaruhi keterbacaan dan kesan keseluruhan logo (Varlina & Maulini, 2024).



Gambar 4. Variasi Struktur dan Interaksi Elemen Visual Logo Kementerian Kebudayaan RI
Sumber: Instagram @rasendareza, 2024.

Prinsip kedekatan (*proximity*) terlihat dari pengelompokan elemen visual seperti sayap, ekor, dan motif anyaman yang disusun berdekatan dalam satu struktur utama. Kedekatan antar elemen ini menciptakan persepsi kesatuan visual dan menunjukkan keterkaitan antar unsur budaya yang beragam. Dalam perspektif Gestalt, pengelompokan semacam ini memungkinkan peneliti memaknai berbagai elemen sebagai bagian dari satu sistem visual yang saling terhubung, sehingga keberagaman budaya tidak dipersepsikan secara terpisah, melainkan sebagai satu identitas nasional yang menyatu (Yuwono, 2021).

Prinsip kesamaan (*similarity*) tampak melalui konsistensi bentuk geometris, ritme visual, dan gaya garis pada berbagai elemen logo, meskipun elemen-elemen tersebut terinspirasi dari motif budaya yang berbeda. Kesamaan visual ini mempermudah peneliti dalam mengelompokkan elemen-elemen logo sebagai satu kesatuan yang kohesif. Interaksi melalui kesamaan bentuk dan struktur tersebut memperkuat kesan inklusivitas, karena logo tidak menonjolkan satu budaya tertentu, melainkan menghadirkan keberagaman dalam satu kerangka visual yang seimbang (Khamis, Ahmad, & Zain, 2023).

Prinsip kesinambungan (*continuity*) terlihat dari alur visual vertikal logo yang mengarahkan pandangan mata peneliti secara bertahap dari bagian bawah hingga puncak logo. Alur visual ini menciptakan kesan harmonis dan stabil, sekaligus membangun narasi visual mengenai kesinambungan kebudayaan dari masa lalu, masa kini, hingga masa depan. Dalam desain logo, kesinambungan visual berperan penting dalam menjaga keterbacaan serta membantu peneliti memahami struktur logo secara menyeluruh tanpa terputus (Ali & Peebles, 2013).

Selain itu, prinsip penutupan (*closure*) memungkinkan peneliti melengkapi bentuk secara perseptual meskipun tidak seluruh elemen divisualisasikan secara eksplisit. Prinsip ini membuat logo tetap terbaca sebagai satu kesatuan simbolik yang utuh, meskipun tersusun atas elemen-elemen yang bersifat stilisasi. Penggunaan penutupan dalam desain logo berkontribusi pada kesan sederhana namun bermakna, serta meningkatkan daya ingat visual terhadap logo tersebut (Valencia-Romero & Lugo, 2017).

Melalui penerapan prinsip-prinsip Gestalt tersebut, logo Kementerian Kebudayaan berhasil membangun interaksi visual yang kohesif dan harmonis. Interaksi antar elemen visual tidak hanya memperkuat keterbacaan logo, tetapi juga mendukung penyampaian pesan

kebudayaan sebagai satu kesatuan identitas nasional yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, teori Gestalt membantu menjelaskan bagaimana struktur visual logo bekerja secara perseptual dalam membentuk pemahaman dan pengalaman visual peneliti.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia Tahun 2024 dirancang sebagai identitas visual yang memiliki fungsi lebih dari sekadar penanda institusi. Logo tersebut berperan sebagai media komunikasi visual yang merepresentasikan nilai-nilai budaya, persatuan, dan keberagaman Indonesia. Melalui analisis elemen visual, terlihat bahwa simbol-simbol yang digunakan dalam logo mengacu pada kekayaan budaya Nusantara, baik melalui bentuk, motif, maupun struktur visual yang saling terhubung.

Berdasarkan pendekatan teori representasi, elemen-elemen visual dalam logo mampu membangun makna budaya yang bersifat inklusif. Logo tidak menonjolkan satu budaya tertentu, melainkan menggabungkan berbagai simbol budaya ke dalam satu kesatuan visual yang merepresentasikan identitas nasional. Hal ini memungkinkan logo dipahami dan diterima oleh masyarakat dari latar belakang budaya yang beragam, sehingga memperkuat fungsinya sebagai simbol kebudayaan nasional.

Sementara itu, analisis menggunakan teori Gestalt menunjukkan bahwa interaksi antar elemen visual dalam logo membentuk persepsi kesatuan yang utuh dan harmonis mengenai keberagaman budaya Indonesia dalam satu identitas nasional. Prinsip kedekatan, kesamaan, kesinambungan, dan penutupan diterapkan secara konsisten, sehingga logo mudah dikenali dan memiliki daya ingat visual yang kuat. Dengan demikian, Logo Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia Tahun 2024 tidak hanya berhasil secara estetis, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan budaya dan memperkuat identitas visual institusi negara.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, N., & Peebles, D. (2013). The effect of gestalt laws of perceptual organization on the comprehension of three-variable bar and line graphs. *Human factors*, *55*(1), 183-203. https://doi.org/10.1177/0018720812452592

Elkins, J. (2013). *Visual studies: A skeptical introduction*. Routledge.

Fadhillah, F. M., & Darmawan, F. (2024). Analisis logo Hari Jadi Kota Bandung ke-212. *Bandung Conference Series: Public Relations*, *4*(1), 314–321. https://doi.org/10.29313/bcspr.v4i1.12348

Fatoni, A., & Jupriani, J. (2023). Representasi Budaya Indonesia Dalam Logo G20 Indonesia 2023. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, *2*(2), 256-267. https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v2i2.2031

Grobert, J., Cuny, C., & Fornerino, M. (2016). Surprise! We changed the logo. *Journal of Product & Brand Management*, *25*(3), 239-246. https://doi.org/10.1108/jpbm-062015-0895

Hidayat, F. N., & Sugiyono, S. (2023). Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Perekrutan Pppk Pada Twitter Dengan Metode Naive Bayes Dan Support Vector Machine. *Jurnal Sains dan Teknologi*, *5*(2), 665-672. https://doi.org/10.55338/saintek.v5i2.1359

Karja, I. W. (2021). Makna warna. In *Prosiding Bali Dwipantara Waskita: Seminar Nasional Republik Seni Nusantara* (Vol. 1).

Khamis, M. H., Azni, Z. M., Abd Aziz, S. H., & Aminordin, A. (2023). The integration of Gestalt theory to the graphic design. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 13,* 2496–2502. https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i6/15449

Koffka, K. (2013). *Principles of Gestalt psychology*. Routledge.

Nurwahyuni, A., Kusumadinata, A. A., & Luthfie, M. (2024). Semiotika pada Logo PLN Persero. *Karimah Tauhid*, *3*(4), 4629-4638. https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i4.12861

Peterson, M., AlShebil, S., & Bishop, M. (2015). Cognitive and emotional processing of brand logo changes. *Journal of Product & Brand Management, 24*(7), 745-757. https://doi.org/10.1108/jpbm-03-2015-0823

Pugersari, D. (2024). Kajian bentuk gunungan wayang sebagai representasi budaya Indonesia pada visual logo Halal Indonesia. *Kartala Visual Studies, 3*(1), 69-80. https://doi.org/10.36080/kvs.v3i1.132

Valencia-Romero, A., & Lugo, J. E. (2017). An immersive virtual discrete choice experiment for elicitation of product aesthetics using Gestalt principles. *Design Science, 3,* e11. https://doi.org/10.1017/dsj.2017.12

Varlina, V., & Maulini, C. (2024). Analisis Representasi dan Budaya Visual Logo Haus! Terhadap Brand Attractiveness di Kalangan Anak Muda. *Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 6*(1), 33-50. https://doi.org/10.33005/gestalt.v6i1.188

Wahmuda, F., & Hidayat, M. J. (2020). Redesain logo dan media promosi sebagai citra produk makanan ringan ukm benok. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, *6*(02), 147-159. https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3307

Yuwono, B. (2021). Aplikasi Prinsip Gestalt Pada Logo LPI Salsabila. *AKSA: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, *5*(1), 732-742. https://doi.org/10.37505/aksa.v5i1.56

Zharandont, P. (2015). Pengaruh warna bagi suatu produk dan psikologis manusia. *Bandung. Universitas Telkom, 7*.