

PROSES PERANCANGAN LOGO HUT KE-43 KOPINDOSAT SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL BRANDING PERUSAHAAN

Muhammad Naufal Daffa¹, Alfi Rahmawati²

^{1,2}Sekolah Vokasi IPB University

¹naufaldaffa@apps.ipb.ac.id, ²alfirahmawati@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

This study examines the design process of the 43rd Anniversary logo of Kopindosat as a visual communication medium. The study was motivated by the need for a visual identity capable of representing the company's values, journey, and aspirations through an effective and meaningful design. The objective of this study was to describe the stages of the logo design process and analyze the visual meanings embedded in its design elements. The research employed a qualitative descriptive approach using observation, active participation, interviews, literature study, and data triangulation. Data were collected during an internship program at the Corporate Communication Division of Kopindosat. The findings indicate that the logo design process was conducted systematically through brainstorming, concept development, visual exploration, digitalization, evaluation, revision, and finalization stages. The visual analysis revealed that the number "43" was developed using symbolic forms representing direction, growth, adaptability, continuity, and openness. The gradient color combination of blue, light blue, yellow, and orange conveys professionalism, innovation, optimism, and sustainability. Meanwhile, the use of a bold sans-serif typeface strengthens the modern, professional, and readable character of the logo. Overall, the logo design demonstrates the application of visual communication principles through the integration of form, color, and typography to create a meaningful and communicative visual identity.

Keywords: logo design, visual communication, visual identity

ABSTRAK

Penelitian ini membahas proses perancangan logo HUT ke-43 Kopindosat sebagai media komunikasi visual. Penelitian dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan identitas visual yang mampu merepresentasikan nilai, perjalanan, dan harapan perusahaan melalui desain yang komunikatif dan bermakna. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan tahapan proses perancangan logo serta menganalisis makna visual yang terkandung di dalamnya. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, partisipasi aktif, wawancara, studi literatur, dan triangulasi data. Data diperoleh selama pelaksanaan kegiatan magang pada Divisi *Corporate Communication* Kopindosat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses perancangan logo dilakukan secara sistematis melalui tahapan *brainstorming*, pengembangan konsep, eksplorasi visual, digitalisasi desain, evaluasi, revisi, dan finalisasi. Analisis visual menunjukkan bahwa angka "43" dibangun melalui simbol-simbol yang merepresentasikan arah, pertumbuhan, kemampuan beradaptasi, kesinambungan, dan keterbukaan. Kombinasi warna gradasi biru, biru muda, kuning, dan oranye

mencerminkan profesionalisme, inovasi, optimisme, serta keberlanjutan. Sementara itu, penggunaan tipografi *sans serif* yang tebal memperkuat karakter modern, profesional, dan mudah dibaca. Secara keseluruhan, logo HUT ke-43 Kopindosat menunjukkan penerapan prinsip-prinsip komunikasi visual melalui integrasi bentuk, warna, dan tipografi dalam membangun identitas visual yang komunikatif dan bermakna.

Kata Kunci: Identitas Visual, Komunikasi Visual, Perancangan Logo

A. Pendahuluan

Desain komunikasi visual memiliki peran penting dalam membangun identitas dan citra suatu organisasi melalui media yang komunikatif dan mudah dipahami oleh khalayak. Salah satu bentuk penerapan desain komunikasi visual dalam organisasi adalah logo, yang berfungsi sebagai identitas visual sekaligus media komunikasi untuk menyampaikan nilai, karakter, dan pesan organisasi kepada publik (Budiarta et al., 2023). Oleh karena itu, perancangan logo tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga harus mampu merepresentasikan identitas organisasi secara efektif.

Dalam praktiknya, masih ditemukan perancangan logo yang kurang mampu mencerminkan karakter dan pesan organisasi yang diwakilinya. Kondisi ini menunjukkan pentingnya proses perancangan yang terstruktur agar elemen-elemen visual yang digunakan dapat menghasilkan

makna yang sesuai dengan tujuan komunikasi. Menurut Kartono & Dermawan (2019), desain komunikasi visual harus mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens, sedangkan warna, tipografi, dan bentuk visual memiliki peran penting dalam membangun persepsi serta memperkuat identitas sebuah organisasi (Thompson & Lee, 2021; Kim, 2022).

Selain digunakan sebagai identitas utama perusahaan, logo juga sering dikembangkan dalam bentuk logo peringatan atau logo Hari Ulang Tahun (HUT) yang digunakan pada momentum tertentu. Logo HUT berfungsi sebagai simbol visual yang merepresentasikan perjalanan, pencapaian, serta harapan organisasi dalam periode waktu tertentu. Berbeda dengan logo perusahaan yang bersifat permanen, logo HUT dirancang untuk mengkomunikasikan tema dan pesan khusus yang berkaitan dengan perayaan ulang tahun organisasi. Oleh karena itu,

perancangan logo HUT memerlukan pengolahan elemen visual yang mampu mengintegrasikan identitas perusahaan dengan makna peringatan yang ingin disampaikan kepada khalayak internal maupun eksternal.

Koperasi Pegawai Indosat (Kopindosat) merupakan organisasi yang telah berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan anggotanya selama lebih dari empat dekade. Pada peringatan hari ulang tahun ke-43, Kopindosat menggunakan logo khusus sebagai identitas visual perayaan sekaligus media *branding* perusahaan. Logo tersebut dirancang untuk merepresentasikan perjalanan organisasi, nilai-nilai perusahaan, serta semangat yang ingin disampaikan kepada anggota dan masyarakat. Mengingat pentingnya fungsi logo sebagai media komunikasi visual, diperlukan kajian mengenai proses perancangannya serta makna visual yang terkandung di dalamnya.

Penelitian ini berfokus pada proses perancangan logo HUT ke-43 Kopindosat sebagai media komunikasi visual dalam kegiatan *branding* perusahaan. Kajian dilakukan untuk mendeskripsikan proses perancangan logo dan

menganalisis makna visual yang terdapat pada unsur warna, tipografi, dan bentuk. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian desain komunikasi visual serta menjadi referensi bagi organisasi atau perusahaan dalam merancang identitas visual yang komunikatif dan representatif.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengkaji proses perancangan logo HUT ke-43 Kopindosat sebagai media komunikasi visual dalam kegiatan *branding* perusahaan. Penelitian dilaksanakan di Koperasi Pegawai Indosat (Kopindosat), Jakarta Selatan, selama periode magang pada Januari hingga Mei 2026.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap proses perancangan logo, partisipasi aktif dalam kegiatan *Corporate Communication*, serta wawancara dengan pihak yang terlibat dalam proses pembuatan logo HUT ke-43 Kopindosat. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai

sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen perusahaan yang relevan dengan kajian desain komunikasi visual, *branding*, dan perancangan logo.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, partisipasi aktif, dan studi literatur. Observasi digunakan untuk mengamati proses kerja serta aktivitas yang berkaitan dengan perancangan logo. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai konsep, pertimbangan desain, dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai melalui logo HUT. Partisipasi aktif dilakukan dengan terlibat dalam kegiatan dan proyek yang dikelola oleh divisi *Corporate Communication* selama masa magang. Selain itu, studi literatur digunakan untuk memperoleh landasan teoritis yang mendukung analisis penelitian.

Untuk meningkatkan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan studi literatur. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan mengidentifikasi proses perancangan logo, menginterpretasikan makna visual berdasarkan unsur warna,

tipografi, dan bentuk, serta menganalisis peran logo HUT ke-43 Kopindosat dalam mendukung *branding* dan pembentukan citra perusahaan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Gambaran Umum Perancangan Logo HUT ke-43 Kopindosat

Perancangan logo HUT ke-43 Kopindosat dilakukan sebagai media komunikasi visual untuk menyambut momentum ulang tahun perusahaan. Logo ini berfungsi sebagai identitas perayaan sekaligus representasi nilai, perjalanan, dan citra Kopindosat kepada publik internal maupun eksternal. Berdasarkan hasil wawancara, logo HUT dirancang untuk memperkuat semangat kebersamaan serta membangun *awareness* terhadap momentum perayaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Levanier (2020) bahwa logo merupakan representasi visual yang berperan sebagai identitas suatu entitas.



Gambar 1 Logo HUT Ke-43
Kopindosat

Dalam prosesnya, perancangan logo tetap mengacu pada identitas visual perusahaan agar karakter Kopindosat tetap terlihat dan mudah dikenali. Landa (2011) menjelaskan bahwa identitas visual dibangun melalui elemen seperti logo, warna, dan tipografi yang digunakan secara konsisten. Karena itu, logo HUT ke-43 Kopindosat tidak hanya dibuat menarik secara visual, tetapi juga harus mampu menyampaikan pesan perusahaan secara tepat. Proses perancangan logo dilakukan menggunakan perangkat lunak Affinity Designer by Canva. Pemilihan perangkat lunak ini didasarkan pada kemudahan akses karena tersedia secara gratis bagi pengguna, serta memiliki antarmuka (*user interface*) dan alur kerja yang serupa dengan Adobe Illustrator sehingga memudahkan proses adaptasi dan

penggunaan. Selain itu, Affinity Designer mendukung pengolahan grafis berbasis vektor maupun *raster* (*pixel*), sehingga memungkinkan perancang menghasilkan logo dengan kualitas yang tetap optimal pada berbagai ukuran dan media aplikasi.

Konsep dan Tahapan Perancangan Logo

Perancangan logo dilakukan melalui tahapan yang terstruktur, dimulai dari pengumpulan informasi, pengembangan konsep, eksplorasi visual, digitalisasi, revisi, hingga finalisasi. Tahapan ini sesuai dengan pandangan Landa (2011) bahwa proses identitas visual harus dilakukan secara sistematis agar hasilnya efektif sebagai media komunikasi. Selain itu, logo yang baik perlu sederhana, mudah dikenali, relevan, fleksibel, dan bertahan lama (Hidayat, 2023).

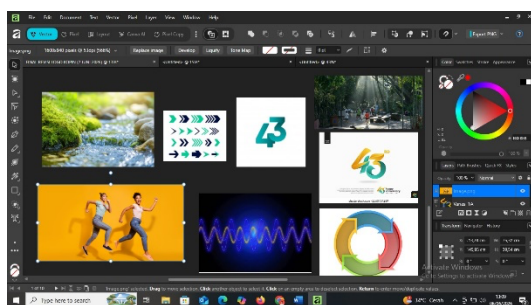
Tahap Brainstorming dan Pengumpulan Konsep

Tahap awal dilakukan melalui *brainstorming* bersama tim *Corporate Communication* untuk menentukan tema, nilai, dan arah visual logo HUT. Pada tahap ini dikumpulkan referensi dari logo HUT perusahaan lain dan identitas visual Kopindosat

sebelumnya. Hasil diskusi menunjukkan bahwa konsep visual harus mampu merepresentasikan kebersamaan, pertumbuhan, dan semangat perusahaan.

Tahap Eksplorasi Visual

Setelah konsep ditentukan, dilakukan eksplorasi visual melalui sketsa kasar untuk mencari bentuk, simbol, dan komposisi yang paling sesuai. Eksplorasi ini berfokus pada pengembangan angka “43” sebagai elemen utama logo. Berdasarkan hasil wawancara, tantangan utama pada tahap ini adalah memasukkan makna simbolik tanpa mengurangi keterbacaan angka. Tahap eksplorasi juga memperhatikan prinsip *balance*, *unity*, *hierarchy*, dan *emphasis* agar logo tetap seimbang dan mudah dikenali.

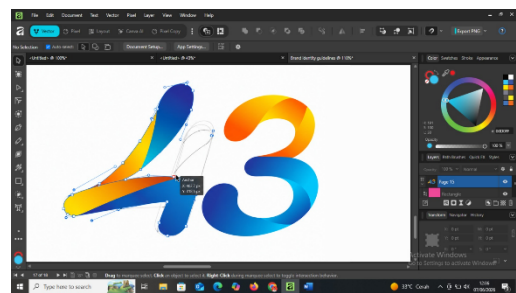


Gambar 2 Tahap Eksplorasi Visual

Tahap Digitalisasi Desain

Sketsa terpilih kemudian didigitalisasi menggunakan perangkat

lunak desain grafis. Pada tahap ini, desainer menyesuaikan proporsi, garis, warna, dan tipografi agar logo tampil lebih rapi dan siap digunakan pada berbagai media. Proses digitalisasi memudahkan evaluasi terhadap keterbacaan dan keseimbangan visual.



Gambar 3 Tahap Digitalisasi Desain

Tahap Revisi dan Evaluasi

Desain awal yang dihasilkan kemudian dievaluasi bersama tim *Corporate Communication*. Revisi dilakukan pada aspek proporsi, ketebalan garis, keterbacaan angka, dan komposisi elemen. Tahap ini penting karena logo akan diaplikasikan pada berbagai media dengan ukuran berbeda. Revisi membantu memastikan logo tetap sederhana, komunikatif, dan konsisten secara visual.

Tahap Finalisasi Logo

Tahap akhir perancangan adalah finalisasi logo. Pada tahap ini, logo yang telah disetujui kemudian diproduksi dalam berbagai format untuk kebutuhan implementasi media. Tahap ini juga mencakup penyusunan aturan penggunaan logo yang meliputi ukuran minimum, area aman, warna resmi, dan panduan aplikasi visual. Logo final selanjutnya diaplikasikan pada berbagai kebutuhan *branding* perusahaan, seperti media sosial, *backdrop* acara, *merchandise*, sertifikat, poster digital, video *motion graphic*, dan media publikasi lainnya.

Analisis Makna Visual Logo HUT Ke-43 Kopindosat

Berikut ini disajikan hasil analisis elemen visual logo HUT ke-43 Kopindosat yang mencakup analisis bentuk dan simbol, analisis warna, serta analisis tipografi dalam mendukung *branding* perusahaan. Setiap aspek analisis disertai gambar logo sebagai referensi visual untuk memudahkan pemahaman terhadap penjelasan yang disampaikan.

Logo HUT ke-43 Kopindosat dirancang dengan menggabungkan elemen angka "4" dan "3" yang tidak hanya berfungsi sebagai penanda usia perusahaan, tetapi juga

mengandung makna filosofis yang merepresentasikan perjalanan, pertumbuhan, dan harapan perusahaan ke depan. Hal ini sejalan dengan pendapat Wahdaniah et al. (2020) yang menyatakan bahwa simbol dalam logo berfungsi sebagai representasi nilai dan karakter suatu institusi kepada publik.

Tabel 1 Analisis Bentuk dan Simbol

Analisis Bentuk dan Simbol		
Elemen	Unsur Visual	Makna
	Arah (bentuk diagonal)	Visi perusahaan yang terarah dan berorientasi pada masa depan
	Air (lekukan aliran)	Fleksibilitas, kemampuan beradaptasi, dan ketahanan terhadap perubahan lingkungan bisnis
	Panah (pertemuan garis)	Semangat aksi, keberanian, dan dorongan untuk terus berkembang
	Gelombang	Dinamika, energi, dan kemampuan mengikuti perkembangan zaman
	Siklus (bentuk lingkaran terbuka)	Kesinambungan, proses pembelajaran, dan pertumbuhan berkelanjutan

	Ruang terbuka (bagian dalam angka)	Inklusivitas, keterbukaan terhadap inovasi, dan ruang bagi anggota untuk berkembang
---	------------------------------------	---

Secara keseluruhan, angka "43" tidak hanya menunjukkan usia perusahaan, tetapi juga menjadi simbol perjalanan panjang yang dipenuhi semangat pertumbuhan, kemampuan beradaptasi, dan optimisme dalam menghadapi tantangan di masa mendatang. Ketiga unsur pada angka "4" mencerminkan karakter Kopindosat sebagai organisasi yang progresif, adaptif, dan berorientasi pada pertumbuhan berkelanjutan, sedangkan kombinasi unsur pada angka "3" menciptakan representasi visual mengenai perjalanan organisasi yang dinamis, berkesinambungan, dan selalu membuka peluang untuk kemajuan di masa depan.

Penggunaan warna pada logo HUT ke-43 Kopindosat menjadi salah satu elemen penting dalam memperkuat pesan visual yang ingin disampaikan. Logo menggunakan kombinasi warna gradasi yang terdiri dari biru, biru muda, kuning, dan oranye yang saling terhubung sehingga menciptakan kesan dinamis

dan modern. Berdasarkan hasil wawancara dengan ahli desain grafis, pemilihan warna tidak harus selalu mengikuti teori psikologi warna secara mutlak, namun warna yang selaras dengan visi perusahaan dan identitas *brand* akan membantu memperkuat persepsi positif audiens terhadap perusahaan.

Tabel 2 Analisis Warna

Analisis Warna		
Warna	Kode Warna	Makna
	Biru	Profesional, stabil, dan dapat dipercaya; merepresentasikan komitmen Kopindosat dalam menjaga kepercayaan anggota serta menjalankan kegiatan usaha secara berkelanjutan
	CMYK: 100 94 0 0 HEX: #0010FF	
	Biru Muda	Inovatif, fleksibel, dan terbuka terhadap perubahan
	CMYK: 100 18 0 0 HEX: #00D0FF	
	Kuning	Optimisme, energi, semangat, dan harapan untuk terus bertumbuh
	CMYK: 100 94 0 0 HEX: #0010FF	

	Oranye	Semangat pertumbuhan dan pencapaian yang menjadi tema utama perayaan HUT ke-43 Kopindosat
	CMYK: 0 57 100 0 HEX: #FF6D00	
	Gradasi	Merepresentasikan proses perjalanan dan perkembangan yang terus berlangsung dari waktu ke waktu

Secara keseluruhan, penggunaan warna gradasi pada logo HUT ke-43 Kopindosat dapat dipahami sebagai representasi visual dari semangat transformasi, pertumbuhan, dan keberlanjutan perusahaan. Kombinasi warna dingin dan hangat yang menyatu dalam satu gradasi mencerminkan keseimbangan antara stabilitas dan semangat yang menjadi karakter utama Kopindosat. Dengan demikian, warna bukan sekadar elemen estetis, melainkan bagian integral dari pesan komunikasi visual yang ingin disampaikan kepada publik internal maupun eksternal perusahaan.

Tipografi yang digunakan pada logo HUT ke-43 Kopindosat menggunakan jenis huruf *sans serif* dengan karakter yang tebal, sederhana, dan mudah dibaca.

Penggunaan tipografi tersebut bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang modern sekaligus mempertahankan tingkat keterbacaan yang tinggi pada berbagai ukuran dan media. Menurut Rustan & Suryanto (2014), tipografi tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi verbal, tetapi juga berperan dalam membangun citra dan karakter visual sebuah *brand*, yang diperkuat oleh pendapat ahli desain grafis bahwa karakteristik *typeface* sangat memengaruhi bagaimana sebuah perusahaan dipersepsikan oleh audiens.

Tabel 3 Analisis Tipografi

Analisis Tipografi		
Elemen	Karakteristik	Makna
Jenis Huruf (Nama Font: Berlin Sans FB Demi)	<i>Sans serif</i> , tebal, sederhana	Modern, profesional, dan adaptif; mendukung keterbacaan tinggi pada berbagai ukuran dan media
Kata 'HUT' 	Huruf kapital, kokoh, proporsional	Kuat, percaya diri, dan mempertegas momentum perayaan ulang tahun perusahaan
Bentuk Huruf	Sederhana dan bersih	Menjaga fokus audiens pada elemen utama logo yaitu angka "43"

Secara keseluruhan, penggunaan tipografi *sans serif* dalam logo HUT ke-43 Kopindosat mendukung kesan profesional, modern, dan adaptif yang selaras dengan filosofi visual angka "43". Kombinasi antara simbol, warna, dan tipografi menghasilkan identitas visual yang harmonis serta mampu merepresentasikan perjalanan dan optimisme Kopindosat dalam menghadapi masa depan. Dengan demikian, tipografi bukan sekadar elemen pelengkap, melainkan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem komunikasi visual logo secara menyeluruh.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan analisis mengenai proses perancangan logo HUT ke-43 Kopindosat sebagai media komunikasi visual *branding* perusahaan, dapat disimpulkan bahwa proses perancangan dilakukan melalui tahapan terstruktur, mulai dari brainstorming, riset visual, penentuan konsep, pembuatan alternatif desain, presentasi internal, hingga finalisasi, dengan mempertimbangkan tema HUT, identitas perusahaan, serta pesan komunikasi yang ingin

disampaikan kepada publik internal maupun eksternal.

Logo HUT ke-43 Kopindosat dirancang tidak hanya sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang merepresentasikan nilai profesionalisme, kebersamaan, inovasi, dan keberlanjutan perusahaan. Hal ini tercermin dari penggunaan elemen bentuk, warna, dan tipografi yang disusun secara harmonis dan selaras dengan *corporate identity* Kopindosat. Berdasarkan analisis elemen visual, bentuk tangan dalam logo melambangkan semangat, dukungan, dan kepedulian yang saling terhubung dalam satu kesatuan; warna mempertahankan konsistensi identitas visual perusahaan; sedangkan tipografi dipilih untuk menciptakan kesan modern, profesional, dan mudah dibaca. Keseluruhan elemen visual tersebut menunjukkan bahwa logo HUT ke-43 Kopindosat dirancang dengan mempertimbangkan aspek komunikasi visual dan *branding* perusahaan secara menyeluruh. Logo ini juga berperan penting dalam mendukung citra perusahaan melalui penggunaannya yang konsisten pada berbagai media publikasi dan kegiatan

selama periode perayaan, sehingga mampu memperkuat identitas visual, meningkatkan *brand awareness*, serta membangun rasa kebersamaan dan kebanggaan *stakeholder* terhadap Kopindosat.

Berdasarkan hasil kegiatan tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, proses perancangan logo perusahaan memerlukan riset dan pendalaman konsep yang lebih luas agar visual yang dihasilkan semakin kuat dan memiliki karakter yang berbeda dari kompetitor. Kedua, konsistensi penggunaan identitas visual perusahaan perlu terus dijaga agar *branding* Kopindosat tetap kuat dan mudah dikenali oleh publik di berbagai media komunikasi. Ketiga, pada proses perancangan berikutnya, perusahaan dapat mempertimbangkan eksplorasi visual yang lebih inovatif tanpa meninggalkan karakter utama Kopindosat sebagai identitas perusahaan. Keempat, bagi mahasiswa atau desainer yang melakukan perancangan logo, penting untuk memahami bahwa logo tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual, tetapi juga sebagai media komunikasi yang memiliki makna, pesan, dan representasi identitas

sebuah *brand*. Kelima, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian mengenai efektivitas penggunaan logo perusahaan terhadap persepsi audiens atau loyalitas *stakeholder* dalam konteks *branding* perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Kartono, G., & Dermawan, S. (2019). *Tipografi dalam desain komunikasi visual*. Medan: Al-Hayat.
- Landa, R. (2011). *Graphic design solution 4th edition* (4th ed.). Boston: Clark Baxter.
- Rustan, & Suryanto. (2014). *Huruf, font & tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Artikel in Press :

- Levanier, J. (2020). Visual identity: Everything you need to know about this essential aspect of branding. Vistaprint.

Jurnal :

- Budiarta, I. G. M., Witari, N. N. S., & Sutrisno, L. B. (2023). Penerapan elemen tipografi pada desain logo karya mahasiswa program studi Pendidikan Seni Rupa dalam kuliah desain komunikasi visual. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 13(1), 60–69.
- Hidayat, A. (2023). Teori desain dan perencanaan logo. *Program Studi Bisnis Digital*, 1–13. <https://doi.org/10.31219/osf.io/g36hj>
- Kim, D. (2022). Typography in logo design: Its impact on brand perception. *International Journal of Graphic Design*.

- Thompson, H., & Lee, M. (2021). Color psychology in logo design. *Journal of Visual Communication*.
- Wahdaniah, I., Toni, A., & Ritonga, R. (2020). Makna logo Dinas Penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut. *Warta: Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(1), 67–74. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i01.57>