



PERJANJIAN
PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PROGRAM PKM100 PLUS 2024 – Periode 1
Nomor: PKM100Plus-2024-1-036-SPK-KLPPM/UNTAR/V/2024

1. Pada hari Senin tanggal 20 bulan Mei Tahun 2024, yang bertanda tangan di bawah ini:

I Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Pertama**.

II Nama : Dr. Cokki, S.E., M.M.
NIDN/NIDK : 0303088002
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Bertindak untuk diri sendiri dan Anggota Tim Pengusul:

1. Nama : Angely Olivia Putri
NIM : 117232059
2. Nama : Yenny Natalya
NIM : 117232066
3. Nama : Fransisca Tiffany
NIM : 117232068

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Kedua**.

2. Pihak Pertama menugaskan Pihak Kedua untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan:

Judul kegiatan : Kolaborasi Kreatif Antar Fakultas Dalam Penciptaan Logo

Nama mitra : Colony

Tanggal kegiatan : Maret – Juni 2024

dengan biaya Rp3,000,000 (Tiga Juta Rupiah) dibebankan kepada anggaran Universitas Tarumanagara.

3. Lingkup pekerjaan dalam tugas ini adalah kegiatan sesuai dengan yang tertera dalam usulan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diajukan oleh Pihak Kedua, dan telah disetujui oleh Pihak Pertama yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam surat tugas ini.

4. Pihak Kedua wajib menyerahkan laporan kegiatan dan luaran kegiatan selambat-lambatnya tanggal 31 Juli 2024, sesuai prosedur dan peraturan yang berlaku dengan format sesuai ketentuan.

Pihak Pertama

Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.

Pihak Kedua

Dr. Cokki, S.E., M.M.

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN KE LEMBAGA
PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



KOLABORASI KREATIF ANTAR FAKULTAS DALAM PENCIPTAAN LOGO

Disusun oleh:

Ketua Tim

Dr. Cokki, SE., M.M. (0303088002/10108011)

Anggota:

Angely Olivia Putri 117232059

Yenny Natalya 117232066

Fransisca Tiffany 117232068

**PROGRAM STUDI PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
MARET 2024**

Halaman Pengesahan
Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat
Periode Genap Tahun 2024/2025

1. Judul PKM : Kolaborasi Kreatif Antar Fakultas Dalam Penciptaan Logo
2. Nama Mitra PKM : Colony
3. Ketua Tim Pelaksana
- a. Nama dan Gelar : Dr. Cokki, SE., MM.
 - b. NIDN/NIDK : 10108011/0303088002
 - c. Jabatan/Gol. : Lektor
 - d. Program Studi : S1 Manajemen
 - e. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 - f. Bidang Keahlian : Pemasaran
 - g. Alamat Kantor : Jl. Tanjung Duren Raya No. 1
 - h. Nomor HP/Tlp : 0811967130
4. Anggota Tim PKM
- a. Jumlah Mahasiswa : 3(tiga) orang
 - b. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Angely Olivia Putri (117232059)
 - c. Nama & NIM Mahasiswa 2 : Yenny Natalya (117232066)
 - d. Nama & NIM Mahasiswa 3 : Fransisca Tiffany (117232068)
5. Lokasi Kegiatan Mitra
- a. Wilayah Mitra : Jl. Kedoya Raya No. 20, Jakarta 11520
 - b. Kabupaten/Kota : Jakarta Barat
 - c. Provinsi : DKI Jakarta
6. Metode Pelaksanaan : Daring dan Luring
7. Luaran yang dihasilkan : Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Karya Desain
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Maret – Juni 2024
9. Pendanaan
- Biaya yang diusulkan : Rp 3.000.000,-

Jakarta, 5 April 2024

Menyetujui,
Ketua LPPM

Ketua Pelaksana,



Jap Tji Beng, Ph.D
NIK:10381047

Dr. Cokki, SE., MM
NIDN/NIK:0303088002/1010801

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ii
RINGKASAN	iii
BAB I Pendahuluan.....	1
A. Analisis Situasi	1
B. Masalah Mitra dan Solusinya.....	2
BAB II Pelaksanaan	4
A. Deskripsi Kegiatan.....	4
B. Metode Pelaksanaan.....	4
C. Luaran	5
BAB III Kesimpulan	7
A. Kesimpulan.....	7
B. Saran	7
Daftar Pustaka	9
LAMPIRAN	10
Lampiran 1. Surat Tugas	11
Lampiran 2. Materi Paparan (PPT).....	12
Lampiran 3. Foto Kegiatan.....	13
Lampiran 4. Sertifikat.....	14
Lampiran 5. Bukti Luaran	16

RINGKASAN

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk menciptakan desain logo yang menarik dan mencerminkan karakteristik merek agar mudah diingat oleh konsumen. Proses ini dimulai dengan melakukan serangkaian analisis pasar untuk memahami preferensi dan tren konsumen. Selanjutnya, tim PKM mengadakan diskusi intensif dengan mitra dan melibatkan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara untuk mendapatkan wawasan serta masukan dalam merancang desain yang optimal. Setelah memperoleh informasi yang memadai, tim memulai tahap perancangan konsep logo. Tim melakukan konsultasi mengenai komponen-komponen yang digunakan serta pemilihan warna yang tepat. Kemudian, tim mensosialisasikan desain logo yang telah dibuat kepada pemilik usaha untuk memastikan bahwa desain tersebut sesuai dan disetujui oleh mitra. Desain logo yang disetujui oleh mitra akan didaftarkan oleh tim ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Dengan demikian, melalui serangkaian proses yang terstruktur dan kolaboratif, tim PKM berhasil menciptakan desain logo yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memenuhi kriteria kebutuhan dan keinginan mitra.

Kata Kunci: Keunggulan kompetitif, Desain logo, Kolaborasi kreatif.

BAB I

Pendahuluan

A. Analisis Situasi

Logo perusahaan merupakan elemen fundamental yang menjadi identitas utama suatu usaha (Foroudi dkk., 2017). Desain logo yang efektif dapat menyampaikan pesan perusahaan kepada konsumen dengan jelas dan komprehensif (Van der Lans dkk., 2009). Namun, sering kali desain logo yang dibuat hanya berfokus pada aspek estetika dan visual tanpa mempertimbangkan makna atau kisah di balik desain tersebut. Oleh karena itu, setiap usaha perlu memberikan perhatian lebih dan memahami secara mendalam desain logo yang akan digunakan agar persepsi konsumen dan identitas perusahaan dalam desain tersebut dapat tersalurkan dengan tepat. Sebagai contoh, logo yang baik dapat menjadi alat komunikasi visual yang kuat, yang menciptakan kesan pertama yang mendalam pada konsumen.

Logo perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi positif konsumen, yang dapat secara langsung menambah nilai dan reputasi perusahaan (Van Riel et al., 2001). Sebagai elemen utama dalam strategi pemasaran, logo tidak hanya menciptakan kesadaran dan pengakuan terhadap merek, tetapi juga membantu memperkuat ingatan konsumen terhadap bisnis tersebut (Dowling, 2001). Oleh karena itu, logo menjadi media yang efektif dalam mempertahankan kesuksesan perusahaan serta membangun hubungan yang erat dengan pelanggan (Bhattacharya dan Sen, 2003). Sebuah logo yang kuat tidak hanya berfungsi sebagai pengingat bagi konsumen, tetapi juga mendorong loyalitas yang lebih dalam terhadap merek. Dalam era pemasaran modern, logo tidak hanya menjadi sebuah simbol visual, melainkan juga representasi dari identitas dan nilai-nilai inti perusahaan. Desain logo yang baik dapat menciptakan kesan pertama yang mendalam dan membedakan perusahaan dari kompetitornya.

Tim PKM menyadari pentingnya pendekatan yang sistematis dan kolaboratif dalam menciptakan desain logo yang tepat. Pemahaman terhadap preferensi dan tren konsumen menjadi landasan utama dalam proses perancangan logo, karena desain yang tidak relevan dengan pasar target cenderung tidak efektif dalam menarik perhatian dan mempengaruhi perilaku konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan kolaborasi dengan profesional di bidang desain untuk memastikan bahwa desain yang diciptakan maksimal dan sesuai dengan standar yang dibutuhkan. Dengan keterlibatan ahli desain, perusahaan dapat memastikan bahwa logo yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi dan relevansi yang kuat dengan target pasar.

Peluang kolaborasi yang ada dalam menghasilkan ide dan konsep desain yang sesuai menjadi alasan utama PKM ini dilakukan. Kolaborasi dengan ahli desain dari Fakultas Seni

Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara dapat membantu mitra dalam menciptakan desain logo yang terbaik. Untuk mengaplikasikan ide tersebut, keterlibatan mitra usaha dalam proses perancangan logo sangat diperlukan. Mitra sebagai pemilik usaha, memiliki pemahaman mendalam mengenai merek mereka. Oleh karena itu, kolaborasi dengan mitra juga menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa desain logo yang dihasilkan tidak hanya mencerminkan karakteristik merek, tetapi juga mendapatkan persetujuan mitra. Kolaborasi ini memastikan hasil akhir yang tidak hanya memuaskan secara estetika tetapi juga relevan dengan visi dan misi pemilik usaha.

Colony dipilih sebagai mitra atas persetujuan pemilik usaha. Colony merupakan usaha baru yang menjual kaos oversized dan belum memiliki logo yang sesuai dengan citra mereka. Untuk menciptakan logo yang mampu mendeskripsikan usaha dengan baik dan menarik secara visual, diperlukan diskusi dan pemahaman mendalam dengan pendekatan yang terstruktur dan kolaboratif, bersama dengan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara. Dengan pendekatan ini, diharapkan logo yang dihasilkan dapat menjadi representasi visual yang kuat dari identitas dan nilai-nilai usaha Colony. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya logo yang mampu menarik perhatian pasar dan mengomunikasikan identitas merek dengan jelas.

Berdasarkan paparan informasi sebelumnya, PKM ini bertujuan untuk menciptakan desain logo yang menggambarkan karakteristik dan identitas merek Colony dengan desain yang menarik. Kolaborasi antar fakultas dibutuhkan untuk menciptakan desain yang terbaik. Melalui serangkaian proses yang terarah dan partisipatif, diharapkan hasil desain logo tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu memenuhi kriteria kebutuhan dan keinginan mitra, serta memberikan nilai tambah bagi mitra dalam konteks pemasaran dan branding. Dengan demikian, desain logo yang optimal dapat berkontribusi secara signifikan dalam mendukung pertumbuhan dan keberhasilan jangka Panjang usaha Colony.

B. Masalah Mitra dan Solusinya

Berdasarkan analisis situasi yang telah dipaparkan sebelumnya, Colony merupakan usaha baru yang belum memiliki identitas yang jelas sehingga kesulitan dalam memposisikan mereknya di pasar. Colony juga belum memiliki komponen promosi yang dapat menjadi pembeda antara merek mereka dengan pesaing bisnis pakaian lainnya. Berdasarkan pengamatan tim PKM, keberadaan Colony hanya diketahui oleh sebagian kecil masyarakat. Tim PKM kemudian mengadakan pertemuan dengan mitra pada 27 Maret 2024 untuk melakukan diskusi dan koordinasi terkait kendala yang dihadapi. Langkah awal ini bertujuan

untuk mengidentifikasi masalah secara mendalam dan mencari solusi yang tepat. Berikut merupakan kendala mitra yang berhasil diidentifikasi oleh tim PKM.

- 1) Colony merupakan usaha baru dan belum memiliki identitas merek yang sesuai dengan citra usaha. Saat ini mitra juga masih belum memiliki lokasi fisik dan hanya melayani pembelian secara online sehingga diperlukan ide dan konsep logo yang inovatif agar mitra dapat memposisikan usaha mereka dengan baik dan meningkatkan kesadaran masyarakat luas mengenai merek Colony.
- 2) Colony memiliki banyak kompetitor yang lebih populer dengan identitas merek yang lebih kuat dan unik. Hal ini menjadi salah satu tantangan bagi Colony karena belum memiliki identitas merek yang konsisten.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim PKM memberikan solusi dengan berkolaborasi bersama Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara untuk menciptakan desain logo yang menarik dan sesuai untuk Colony. Logo yang dirancang akan disesuaikan dengan konsep usaha dari Colony dan akan digunakan sebagai logo tetap dalam kegiatan usaha mereka. Melalui desain logo yang inovatif dan relevan, diharapkan Colony dapat lebih mudah dikenal oleh konsumen dan memperkuat posisi mereknya di pasar. Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan dapat membantu mitra, yaitu Colony, untuk memiliki merek yang sesuai dengan konsep dan identitas yang diinginkan. Dengan demikian, Colony dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya dan menarik konsumen potensial. Melalui kolaborasi ini, diharapkan logo yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mampu mencerminkan nilai dan visi usaha Colony, sehingga memberikan nilai tambah yang signifikan dalam pemasaran dan branding usaha mereka.

BAB II

Pelaksanaan

A. Deskripsi Kegiatan

Setiap perusahaan memerlukan logo tidak hanya sebagai representasi visual yang menarik tetapi juga sebagai narasi yang mampu mencerminkan karakteristik dan konsep bisnis yang dijalankan. Berdasarkan tantangan yang dihadapi oleh Colony, yaitu kekurangan logo tetap yang mengakibatkan kurangnya keunggulan kompetitif di pasar dibandingkan pesaing, membuat mereka sulit untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan produk di masa yang akan datang.

Tim PKM memberikan solusi dengan melakukan kolaborasi dengan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara untuk menciptakan logo yang memadai. Dalam proses ini, tim PKM menggunakan bantuan kecerdasan buatan untuk menghasilkan ide-ide terkait dengan identitas Colony. Ide-ide ini kemudian diimplementasikan dalam desain logo yang sederhana dan elegan, dengan warna seperti gold, silver, dan putih yang menarik namun tidak mencolok. Selain itu, tim PKM juga memberikan elemen tambahan berupa empat sayap kupu-kupu yang saling terkait, merepresentasikan kesatuan dari ide keempat pendiri merek Colony.

Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara kemudian merealisasikan konsep ini dengan menambahkan ide-ide kreatif mereka, dan menciptakan desain logo sesuai panduan yang diberikan. Hasil desain tersebut kemudian diberikan kepada mitra untuk dievaluasi lebih lanjut. Setelah melalui berbagai evaluasi dan diskusi, tim PKM bersama Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara berhasil menciptakan desain logo yang sesuai dengan keinginan mitra. Proses penciptaan desain ini membutuhkan waktu sekitar 1-2 bulan. Logo yang dihasilkan tidak hanya memenuhi estetika visual tetapi juga mencerminkan identitas dan visi dari Colony, sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya di pasar.

B. Metode Pelaksanaan

Metode yang diterapkan dalam pengabdian masyarakat ini mencakup tahapan diskusi, sosialisasi, dan realisasi. Pertama, tim melakukan diskusi dengan mitra untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi, sehingga solusi yang ditawarkan dapat optimal. Selanjutnya, tim berkolaborasi dengan Fakultas Seni Rupa dan Desain untuk menghasilkan ide dan konsep yang sesuai dengan kebutuhan dan visi mitra. Sosialisasi dilakukan dengan mengkomunikasikan solusi yang dihasilkan melalui penyampaian

rencana dan ide kepada mitra. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan secara daring melalui platform Zoom, memastikan semua pihak terlibat dapat berinteraksi dan berdiskusi secara efektif. Proses ini ditutup dengan kesepakatan untuk menerapkan solusi yang telah disepakati antara pemilik usaha dan tim PKM. Setelah kesepakatan tercapai, proses realisasi desain logo dilaksanakan dengan cermat dan terarah. Tahap-tahap ini mencakup implementasi konsep logo yang telah disetujui, memastikan bahwa hasil akhir memenuhi standar kualitas yang diharapkan dan mencerminkan identitas serta nilai-nilai dari Colony.

Secara ringkas, metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam menciptakan desain logo yang menampilkan karakteristik usaha adalah sebagai berikut:

1. Tahap persiapan

Tim PKM memulai dengan diskusi awal bersama pemilik Colony pada tanggal 27 Maret 2024 untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi. Setelah itu, tim mengadakan pertemuan persiapan untuk melakukan penyusunan proposal, mengumpulkan ide yang relevan, dan merancang konsep yang akan diajukan. Tahap ini juga melibatkan koordinasi yang intensif dengan pemilik usaha untuk memastikan pemahaman yang mendalam terhadap visi dan kebutuhan merek Colony.

2. Tahap pelaksanaan

Pada tanggal 24 April 2024, tim mengadakan pertemuan melalui platform Google Meet yang berlangsung selama 1 jam, dimulai pukul 19.00 hingga 20.00 WIB. Dalam pertemuan ini, tim PKM mempresentasikan beberapa opsi desain logo kepada pemilik usaha Colony untuk evaluasi langsung. Diskusi berlanjut pada tanggal 2 Mei 2024 selama sekitar 30 menit, dimulai pukul 19.00 hingga 19.30 WIB, di mana tim menjelaskan hasil revisi dan penyuntingan desain logo berdasarkan umpan balik dari pemilik usaha. Pada akhir diskusi ini, dipilih satu desain yang akan diimplementasikan sebagai desain logo final untuk Colony.

3. Tahap realisasi

Desain logo yang telah disetujui kemudian didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual oleh tim PKM. Penggunaan resmi logo dimulai pada tanggal 13 Mei 2024, menandai penyelesaian dari proses perencanaan hingga implementasi yang telah dilakukan secara terstruktur dan kolaboratif antara tim PKM, Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara, serta pemilik usaha Colony.

C. Luaran

Luaran kegiatan PKM ini adalah Hak Kekayaan Intelektual (Tabel 2.1).

Tabel 2.1
Luaran Kegiatan PKM

No	Jenis Luaran	Keterangan
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN atau	-
2	Prosiding dalam temu ilmiah	-
Luaran Tambahan (wajib ada)		
1	Publikasi di media massa	-
2	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Ya
3	Teknologi Tepat Guna (TTG)	-
4	Model/purwarupa/karya desain	Ya
5	Buku ber ISBN	-

BAB III

Kesimpulan

A. Kesimpulan

1. Kegiatan PKM membantu mitra, yaitu Colony dalam membangun identitas merek yang kuat dan kompetitif. Logo menjadi aspek penting bagi suatu usaha dalam menarik perhatian konsumen dan menciptakan kesan pertama yang kuat.
2. Kolaborasi tim PKM bersama dengan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara menjadi langkah penting dalam penciptaan logo. Kerjasama ini memungkinkan penggabungan keahlian di bidang desain dan pemahaman bisnis untuk menghasilkan logo yang estetis dan strategis.
3. Preferensi konsumen menjadi dasar yang perlu diperhatikan dalam penciptaan logo. Logo yang diciptakan menggunakan font sederhana dengan warna gold, silver, dan putih, serta elemen sayap kupu-kupu, yang semuanya menyesuaikan dengan preferensi konsumen terhadap desain yang sederhana namun elegan.
4. Untuk melindungi hak cipta dan mencegah penggunaan tidak sah oleh pihak lain, logo Colony didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, memastikan keamanan legalitas mitra terjaga.
5. Meskipun bisnis Colony telah berjalan, usaha ini masih menghadapi tantangan, terutama terkait keterbatasan identitas merek yang dapat menghambat perkembangan bisnis di pasar yang kompetitif. Namun, dengan pemahaman yang mendalam serta melalui kegiatan penciptaan logo yang sesuai dengan citra dan nilai-nilai usaha, Colony dapat meningkatkan daya tarik visual dan keterikatan emosional konsumen.

B. Saran

Tim PKM menyarankan agar Colony fokus pada pengembangan identitas merek yang kuat dan konsisten sebagai salah satu bisnis pakaian baru. Dalam menghadapi tantangan keterbatasan identitas merek, Colony perlu memanfaatkan media sosial secara optimal untuk membangun dan memperkuat citra mereknya. Selain itu, Colony dapat menciptakan kampanye pemasaran yang menekankan nilai-nilai unik dan cerita di balik mereknya untuk menarik perhatian konsumen. Dalam fenomena bisnis pakaian saat ini, Colony harus menonjolkan keunikan desain dan meningkatkan kualitas produk untuk membedakan diri dari kompetitor lain. Kemitraan dengan influencer atau fashion blogger dapat membantu meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek di kalangan konsumen potensial. Colony juga dapat

mengadakan survei dan analisis pasar secara rutin untuk memahami tren dan preferensi konsumen. Melalui pendekatan ini, Colony dapat terus berinovasi dan menyesuaikan produknya dengan kebutuhan pasar yang dinamis. Dengan demikian, langkah-langkah strategis ini diharapkan dapat membantu Colony mengatasi tantangan identitas merek dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam bisnis pakaian.

Daftar Pustaka

- Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2003). Consumer–company identification: A framework for understanding consumers’ relationships with companies. *Journal of Marketing*, 67(2), 76-88. <https://doi.org/10.1509/jmkg.67.2.76.18609>
- Dowling, G.R. (2001). *Creating Corporate Reputations*. Oxford University Press.
- Foroudi, P., Hafeez, K., & Foroudi, M. M. (2017). Evaluating the impact of corporate logos towards corporate reputation: A case of Persia and Mexico. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 20(2), 158-180. <https://doi.org/10.1108/QMR-05-2015-0043>
- Van der Lans, R., Cote, J. A., Cole, C. A., Leong, S. M., Smidts, A., Henderson, P. W., & Schmitt, B. H. (2009). Cross-national logo evaluation analysis: An individual-level approach. *Marketing Science*, 28(5), 968-985. <https://doi.org/10.1287/mksc.1080.0462>
- Van Riel, C. B., & Van den Ban, A. (2001). The added value of corporate logos-An empirical study. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 428-440. <https://doi.org/10.1108/03090560110382093>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Tugas



PERJANJIAN
PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PROGRAM PKM100 PLUS 2024 – Periode 1
Nomor: PKM100Plus-2024-1-036-SPK-KLPPM/UNTAR/V/2024

1. Pada hari Senin tanggal 20 bulan Mei Tahun 2024, yang bertanda tangan di bawah ini:

I Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Tarumanagara

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Pertama**.

II Nama : Dr. Cokki, S.E., M.M.
NIDN/NIDK : 0303088002
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Bertindak untuk diri sendiri dan Anggota Tim Pengusul:

1. Nama : Angely Olivia Putri
NIM : 117232059
2. Nama : Yenny Natalya
NIM : 117232066
3. Nama : Fransisca Tiffany
NIM : 117232068

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Kedua**.

2. Pihak Pertama menugaskan Pihak Kedua untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan:

Judul kegiatan : Kolaborasi Kreatif Antar Fakultas Dalam Penciptaan Logo

Nama mitra : Colony

Tanggal kegiatan : Maret – Juni 2024

dengan biaya Rp3,000,000 (Tiga Juta Rupiah) dibebankan kepada anggaran Universitas Tarumanagara.

3. Lingkup pekerjaan dalam tugas ini adalah kegiatan sesuai dengan yang tertera dalam usulan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diajukan oleh Pihak Kedua, dan telah disetujui oleh Pihak Pertama yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam surat tugas ini.

4. Pihak Kedua wajib menyerahkan laporan kegiatan dan luaran kegiatan selambat-lambatnya tanggal 31 Juli 2024, sesuai prosedur dan peraturan yang berlaku dengan format sesuai ketentuan.

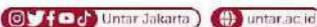
Pihak Pertama

Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.

Pihak Kedua

Dr. Cokki, S.E., M.M.

Jl. Letjen S. Parman No. 1 Jakarta Barat 11440
P: 021 - 5695 8744 (Humas)
E: humas@untar.ac.id



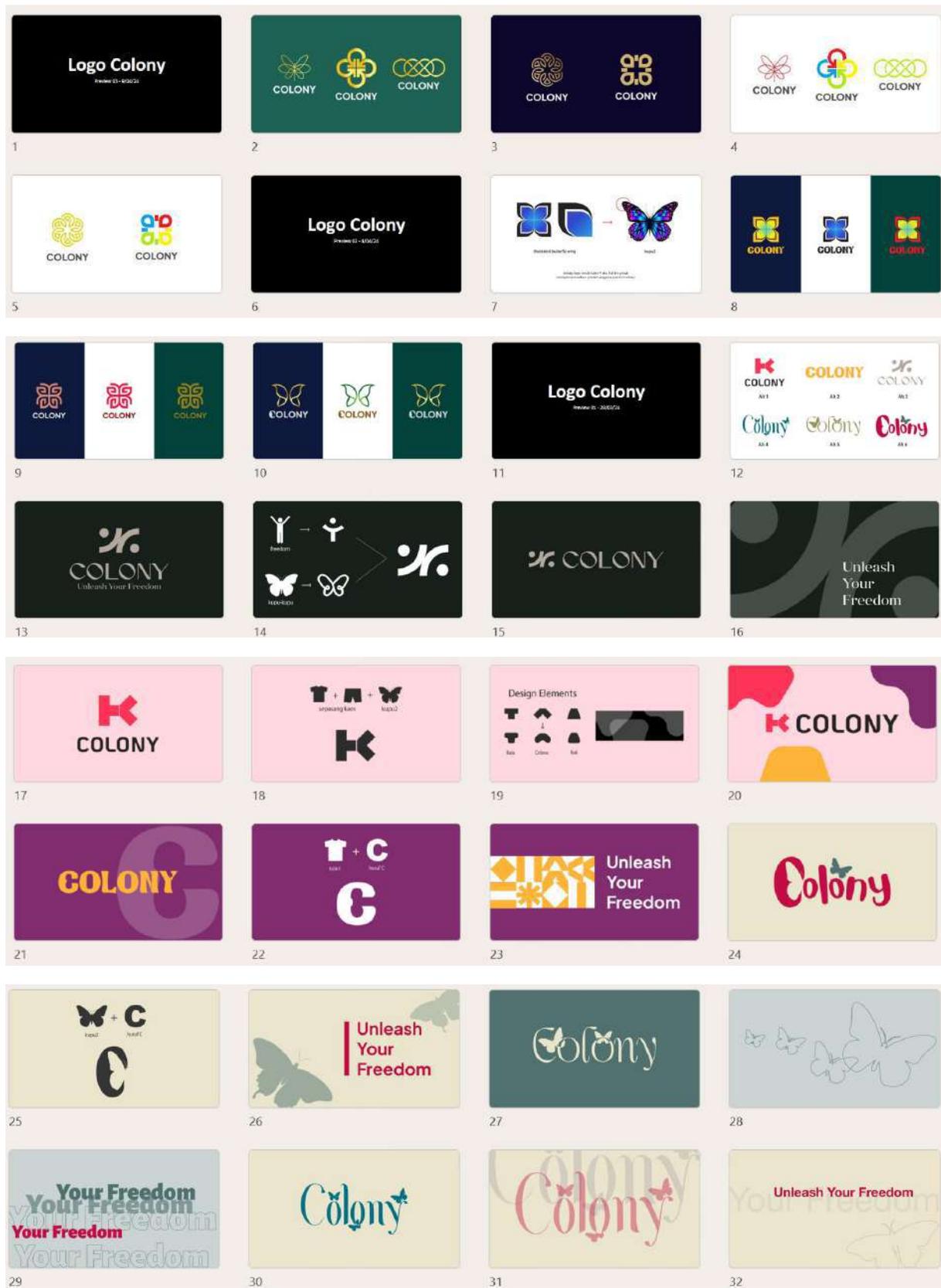
Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

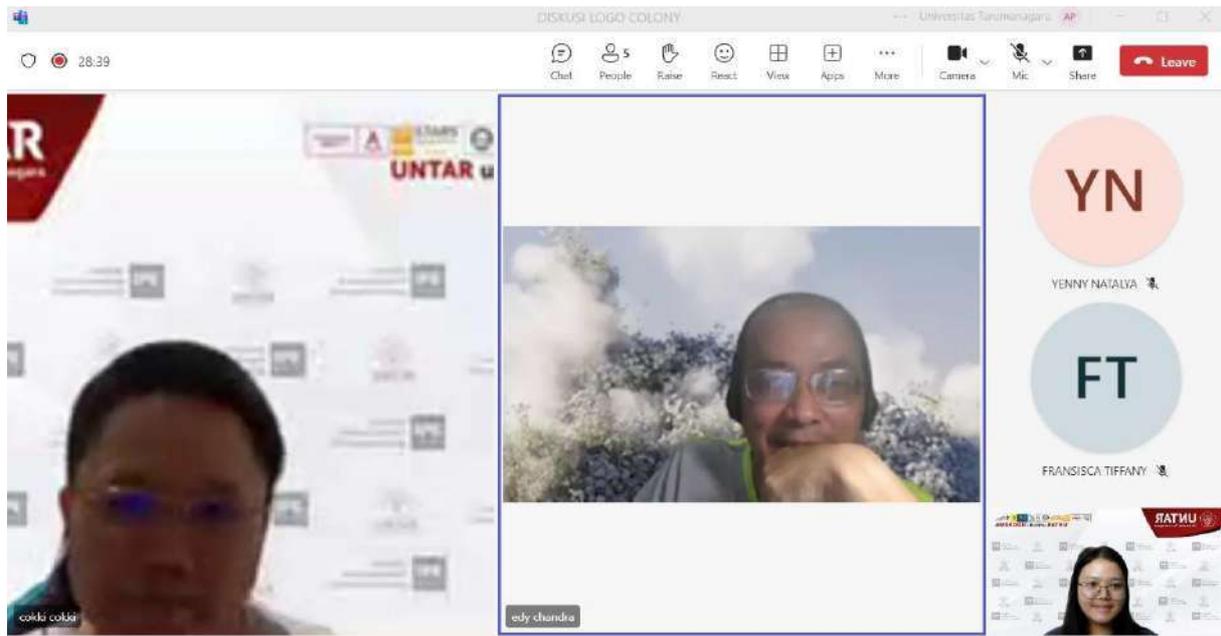
Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

Lampiran 2. Materi Paparan (PPT)



Lampiran 3. Foto Kegiatan



Lampiran 4. Sertifikat


REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202448859, 11 Juni 2024

Pencipta

Nama : **Cokki, Angely Olivia Putri dkk**
Alamat : Jl. Kedoya Raya No.20, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11530
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Cokki, Angely Olivia Putri dkk**
Alamat : Jl. Kedoya Raya No.20, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11530
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**
Judul Ciptaan : **Colony Graphic Standard Manual**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 11 Juni 2024, di Jakarta Barat
di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000624213

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
n.b
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri


IGNATIUS M.T. SILALAH
NIP. 196812301996031001



Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

LAMPIRAN PENCIPTA

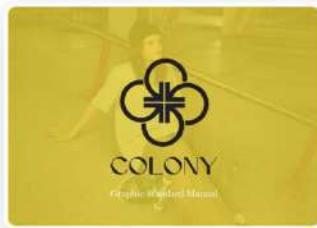
No	Nama	Alamat
1	Cokki	Jl. Kedoya Raya No.20, Kebon Jeruk, Jakarta Barat
2	Angely Olivia Putri	Jl. Peta Utara No. 19, Kalideres, Jakarta Barat
3	Yenny Natalya	Jl. Jembatan Besi RT/RW 001/004, Tambora, Jakarta Barat
4	Fransisca Tiffany S	JL. Mangga VI/375, RT 005, RW 003, Kebon Jeruk, Jakarta Barat

LAMPIRAN PEMEGANG

No	Nama	Alamat
1	Cokki	Jl. Kedoya Raya No.20, Kebon Jeruk, Jakarta Barat
2	Angely Olivia Putri	Jl. Peta Utara No. 19, Kalideres, Jakarta Barat
3	Yenny Natalya	Jl. Jembatan Besi RT/RW 001/004, Tambora, Jakarta Barat
4	Fransisca Tiffany	JL. Mangga VI/375, RT 005, RW 003, Kebon Jeruk, Jakarta Barat



Lampiran 5. Bukti Luaran



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17





UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

SERTIFIKAT

Nomor: 036/D/PKM-100Plus/2024-1/VII/2024

DIBERIKAN KEPADA

Dr. Cokki, S.E., M.M.

sebagai:

NARASUMBER

**Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) 100 Plus
Mitra: Colony**

Kolaborasi Kreatif Antar Fakultas Dalam Penciptaan Logo

yang telah dilaksanakan pada tanggal:

Maret – Juni 2024

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.