

ANALISIS ESTETIKA DESAIN LOGO SPOTIFY BERDASARKAN TEORI A.A.M. DJELANTIK

^a*Santi Purnama Sari**, ^b*Faishal Ardiyanto Hilal*, ^c*Fani Puspitasari*

^{a,b,c}*Desain Komunikasi Visual, Universitas Utpadaka Swastika*

Corresponding Author: santialdar03@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: July 27, 2026

Revised: Aug 14, 2026

Accepted: Aug 15, 2026

Keywords:

Digital music platform, Visual identity, Spotify logo, Aesthetics.

ABSTRACT

Entertainment media in the era of digitalization influences how people consume and access entertainment, particularly music entertainment media. In this context, visual aspects are an important element of the visual identity and image of a digital platform. Visual identity serves as a means of communication that connects a brand with its audience. One of the digital entertainment platforms most frequently used by consumers is Spotify. Spotify is a digital platform that provides music, podcast, and video services, offering access to millions of songs as well as content from creators around the world. A logo plays an important role in a brand's success in attracting consumers through a strong identity. This study aims to analyze the aesthetic design of the Spotify logo using a qualitative descriptive research method with the aesthetic theory approach of A.A.M. Djelantik. This theory examines visual works through three main aspects, namely appearance, content or substance, and presentation. The analysis is conducted by examining the visual elements of the Spotify logo, including shape, typography, color, and balance. The results indicate that the application of aesthetic elements in the Spotify logo forms a strong, consistent, and easily recognizable visual identity and effectively represents Spotify as a modern and dynamic digital music platform.

ABSTRAK

Media hiburan pada era digitalisasi mempengaruhi bagaimana seseorang mengkonsumsi dan mengakses sebuah hiburan salah satunya media hiburan musik. Pada konteks tersebut aspek visual merupakan elemen penting dalam sebuah identitas visual dan citra sebuah platform digital. Identitas visual adalah sarana komunikasi yang menghubungkan antara merek dengan audiens. Salah satu platform hiburan digital yang paling sering digunakan oleh konsumen adalah spotify. Spotify adalah salah satu platform digital dalam bentuk layanan musik, podcast dan video yang menyediakan akses jutaan lagu serta konten dari pencipta atau kreator dari seluruh dunia. logo menjadi peran penting dalam suatu brand mencapai keberhasilan untuk menarik konsumen melalui identitas yang kuat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis estetika desain logo Spotify menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan teori estetika A.A.M. Djelantik. Teori ini memandang karya visual melalui tiga aspek utama, yaitu wujud atau rupa (*appearance*), bobot atau isi (*content, substance*), serta penampilan atau penyajian

Kata Kunci:

Platform musik digital,
Identitas visual, Logo Spotify,
Estetika.

(*presentation*). Analisis dilakukan dengan menelaah elemen visual logo Spotify, meliputi bentuk, tipografi, warna, dan keseimbangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan elemen estetika pada logo Spotify mampu membentuk identitas visual yang kuat, konsisten, dan mudah dikenali, serta efektif dalam merepresentasikan Spotify sebagai platform musik digital yang modern dan dinamis.

I. PENDAHULUAN

Media hiburan pada era digitalisasi mempengaruhi bagaimana seseorang mengkonsumsi dan mengakses sebuah hiburan salah satunya media hiburan musik. Saat ini, musik juga telah ikut bertransformasi yang dulunya adalah bentuk hiburan dalam bentuk media fisik analog dan pertunjukan secara langsung sekarang beralih menjadi platform digital yang berbasis aplikasi. Pesatnya perkembangan teknologi aplikasi hiburan musik tidak hanya disajikan sebagai wadah pemutaran lagu, tetapi juga sebagai sarana untuk menyebarkan secara luas karya kreatif seni musik dan menjadi ruang interaksi audiens atau penikmat dan kreator musik. Pada konteks tersebut aspek visual merupakan elemen penting dalam sebuah identitas visual dan citra sebuah platform digital.

Identitas visual adalah sarana komunikasi yang menghubungkan antara merek dengan audiens. Perancangan identitas visual yang konsisten adalah hal penting yang memudahkan audiens dalam mengenali, mengingat, serta menjadi pembeda merek satu dengan merek yang lainnya. Konsistensi identitas visual dan komunikasi merek sangat penting dalam membangun kesadaran dan kepercayaan pelanggan terhadap sebuah *brand* (Nurzaman, 2023:160). Elemen identitas visual salah satunya adalah "logo" berperan sebagai representasi simbol dari karakter, nilai dan tujuan suatu brand. Logo dirancang sebagai visual dapat menyampaikan pesan atau makna secara singkat, padat dan mudah untuk dikenali dalam platform media digital. Pernyataan ini didukung oleh (Dewani, 2025:26) yang menempatkan logo sebagai instrument komunikasi visual untuk membangun asosiasi antara merek dan audiens.

Dalam perancangan identitas visual logo memiliki peran strategis dalam membangun citra dan karakter suatu brand, perusahaan atau institusi agar mudah diingat dan dikenali oleh audiens. Perancangan logo harus dapat menggambarkan makna suatu brand atau perusahaan tersebut, karena logo tidak hanya berfungsi sebagai simbol visual namun juga menggambarkan kualitas yang melekat didalamnya. Logo adalah simbol utama yang menjadi wajah dari sebuah brand. Logo harus sederhana namun kuat, mampu mewakili identitas brand secara visual

dan mudah diingat oleh konsumen. Logo menjadi fondasi dari keseluruhan visual branding. (Tegowati, 2025:110). Dengan pentingnya identitas visual dalam suatu brand, dalam era digital saat ini platform hiburan yaitu musik juga harus memiliki sebuah logo yang menjadi identitas visual.

Salah satu platform hiburan digital yang paling sering digunakan oleh konsumen adalah *spotify*. *Spotify* adalah salah satu platform digital dalam bentuk layanan musik, podcast dan video yang menyediakan akses jutaan lagu serta konten dari pencipta atau kreator dari seluruh dunia. *Spotify* didirikan oleh Daniel Ek pada 23 April 2006, dan secara resmi dirilis di Swedia pada 17 Oktober 2008 dan di Indonesia sendiri *Spotify* resmi diluncurkan pada tanggal 30 Maret 2016, yang artinya perangkat lunaknya telah mendukung pilihan bahasa Indonesia, serta telah memungkinkan menerima pelanggan premium dari pelanggan Indonesia. *Spotify* telah membuktikan dirinya sebagai salah satu aplikasi streaming musik paling populer karena dapat dengan mudah membuat playlist yang disesuaikan untuk setiap orang berdasarkan riwayat mendengarkan pengguna Musik. Keunggulan *Spotify* dibandingkan aplikasi streaming musik lainnya adalah dapat menyediakan layanan playlist “Discover Weekly” berisi lagu-lagu yang didasarkan pada selera pengguna, dilihat dari lagu yang telah didengar pengguna selama satu minggu terakhir. (Utami, 2024:1).

Menjadi salah satu platform digital global yang dalam mencapai keberhasilan tersebut *spotify* perlu merancang citra visual yang kuat, konsisten dan mudah dipahami oleh pengguna. Terlihat dalam upaya yang dilakukan oleh *spotify* memperbaharui desain logo pada tahun 2015. Desain logo *spotify* terbentuk atas unsur visual terdiri dari simbol, tipografi dan warna yang mewakili identitas *spotify* dalam merepresentasikan sebuah makna visual serta mudah diingat oleh pengguna atau konsumen platform musik digital. Selain itu, logo *spotify* berfungsi sebagai representasi dari semangat inovasi, koneksi, dan kemudahan menikmati musik di era digital.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, menjabarkan bagaimana sebuah logo menjadi peran penting dalam suatu brand mencapai keberhasilan untuk menarik konsumen melalui identitas yang kuat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis estetika desain logo *spotify* dengan metode penelitian kualitatif deskriptif menggunakan pendekatan estetika A.A.M. Djelantik. Dalam teori Djelantik ada tiga faktor utama wujud atau rupa (*appearance*), bobot atau isi (*content, substance*), penampilan atau penyajian (*presentation*). Analisis ini mencakup aspek wujud, isi, dan makna serta elemen-elemen lain yang dapat

membantu meningkatkan pemahaman audiens terkait makna yang terkandung dalam desain logo *spotify*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Estetika A.A.M. Djelantik

Dalam teori estetika menurut Djelantik, sebuah karya visual merupakan hasil cipta manusia yang dirancang untuk dapat memberikan rasa kesenangan, kepuasan serta pengalaman keindahan dan kenyamanan visual kepada orang yang melihatnya. Djelantik juga mengatakan semua benda atau peristiwa kesenian mengandung tiga aspek yang mendasar, yakni: a) Wujud atau Rupa (*Appearance*) dimaksudkannya kenyataan yang nampak secara kongkrit (berarti dapat dipersepsi dengan mata dan telinga) maupun kenyataan yang tidak nampak secara kongkrit, yakni abstrak, yang hanya bisa dibayangkan seperti sesuatu yang diceritakan atau dibaca dalam buku. b) Bobot atau Isi (*Content, Substance*) dari suatu karya seni dimaksudkan isi atau makna dari apa yang disajikan pada sang pengamat. c) Penampilan atau Penyajian (*Presentation*) dimaksudkan sebagai cara penyajian, bagaimana kesenian itu disuguhkan kepada yang menyaksikannya, penonton, para pengamat, pembaca, pendengar, khalayak ramai pada umumnya (Djelantik, 1999: 17). Seperti yang ditunjukkan dalam logo *spotify*, logo tersebut memperkuat fungsinya sebagai identitas visual platform musik digital melalui elemen estetik yang terkandung didalamnya.

2.2. Logo

Logo adalah komponen penting dari identitas visual yang berfungsi pembeda dan penanda merek atau brand. Logo berasal dari Bahasa Yunani yaitu Logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya yang lebih populer adalah istilah logotype, bukan logo. Pertama kali istilah logotype muncul tahun 1810-1840, diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu logotype adalah elemen tulisan saja. Logo adalah penyingkatan dari logotype. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer daripada logotype. Logo bisa menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/ simbol pada identitas visual. (Rustan, 2009:12). pada logo *spotify*, logo digambarkan

sebagai platform musik yang modren dan dinamis dengan desain yang mudah diterapkan pada berbagai media digital. Sejalan dengan itu, (Sayatman dkk, 2017:24) menjelaskan bahwa logo dapat dibangun melalui unsur tipografi, gambar, warna identitas, tata letak, atau kombinasinya.

2.3. Tipografi

Tipografi ialah seni memilih dan mengatur huruf sebagai komponen visual dalam desain dan sebagai identitas dalam sebuah logo. Menurut Roy Brewer tipografi dapat memiliki pengertian yang luas yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak, atau dalam pengertian lebih sempit hanya meliputi pemilihan, penataan, dan berbagai hal yang berkaitan dengan pengaturan baris-baris susunan huruf (typeset), tetapi tidak termasuk ilustrasi dan elemen bukan non-huruf lainnya pada halaman cetak (Sudiana, 2001:325). Huruf yang digunakan dalam logo *spotify* adalah sans serif. Sans serif merupakan jenis huruf tanpa kait yang memiliki karakter modern, tegas, dan fungsional. Kajian (Listya dan Rukiah, 2018:68) juga menunjukkan bahwa pemilihan bentuk, warna, dan jenis huruf pada logo berkontribusi pada kesan serta pembeda identitas merek.

2.4. Warna

Warna adalah gelombang atau getaran yang diterima indera penglihatan manusia yang berasal dari pancaran cahaya melalui sebuah benda. Warna terbagi dari tiga bagian yang pertama warna primer, yaitu warna dasar atau warna yang tidak diperoleh dari campuran warna lain terdiri dari warna merah, biru dan kuning. Warna sekunder, yaitu warna yang diperoleh dari campuran kedua warna primer. Warna tersier, yaitu warna campuran dari warna primer dan sekunder (Susanto, 2011:433). Warna merupakan komponen penting dalam perancangan desain logo karena berfungsi untuk meningkatkan *brand recognition* atau bagaimana pengguna mengenali serta mengingat brand tersebut.

2.5. Bentuk

Penggunaan bentuk dan siluet yang kuat untuk menciptakan identitas visual yang konsisten dan membedakan desain dari yang lain. Dalam konteks desain visual, 'shape' (bentyuk) mengacu pada elemen dasar yang terbentuk oleh garis atau batas yang mengelilingi objek atau ruang tertentu. Bentuk

dapat mengacu segitiga, persegi, lingkaran, atau bentuk-bentuk kompleks lainnya yang dibentuk oleh kombinasi garis dan kurva. Bentuk merupakan salah satu elemen dasar yang digunakan dalam komposisi visual dan desain grafis (Yudhanto, 2024:107). Bentuk merupakan komponen visual yang penting dalam logo *spotify*, bentuk lingkaran dengan garis lengkung menciptakan kesan yang dinamis dan harmonis serta menunjukkan identitas platform musik digital yang baik.

2.6. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan komponen penting dalam sebuah desain yang bertujuan untuk menghasilkan keharmonisan serta kenyamanan visual. Menciptakan keseimbangan visual antar elemen didalam desain baik secara simetris maupun asimetris. Keseimbangan yang baik membantu menciptakan rasa harmoni dan ketertiban dalam desain. *Balance* (keseimbangan) dalam prinsip desain visual merujuk pada distribusi visual berat atau elemen-elemen dalam suatu komposisi sehingga menciptakan kesan stabilitas dan harmoni. (Yudhanto, 2024:95). Pada logo *spotify*, keseimbangan terlihat melalui pengaturan elemen visual secara profesional dan simetris, stabil yang membuat logo mudah dikenali serta efektif sebagai identitas visual. Dalam konteks penerapan digital, (Faizal, 2020:143) menunjukkan bahwa susunan bentuk yang proporsional mendukung responsivitas logi pada berbagai media.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menafsikan dan memahami makna visual yang terkandung dalam desain logo *spotify*. metode deskriptif kualitatif merupakan suatu metode yang melukiskan, mendeskripsikan, serta memaparkan apa adanya kejadian objek yang diteliti berdasarkan situasi dan kondisi ketika penelitian itu dilakukan (Septiani, 2022:132). Proses penelitian dilakukan melalui pengumpulan data gabungan dan dianalisis secara naratif yang dapat memberikan pemahaman yang lebih baik terkait pesan visual dan makna objek desain logo.

Dengan menggunakan pendekatan deskriptif penelitian ini memberikan gambaran yang sistematis terkait elemen visual logo *spotify*, termasuk warna, bentuk, simbol, dan tipografi serta hubungan antara masing-masing elemen dengan makna visual keseluruhan. Sesuai dengan teori estetika Djelantik, metode

analisis menggunakan tiga tahapan analisis. Terdiri dari 1) Wujud atau Rupa (*Appearance*), 2) Bobot atau Isi (*Content, Substance*), 3) Penampilan atau Penyajian (*Presentation*), dan terakhir kesimpulan dari hasil analisis logo secara keseluruhan.

Dua metode sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung terhadap logo *Spotify*, dengan fokus pada elemen visual yang terkandung dalam desain logo. Data sekunder diperoleh melalui penelusuran literatur terdahulu, seperti jurnal, buku, artikel ilmiah, dan penelitian yang membahas identitas visual dalam desain komunikasi visual. Data primer dan data sekunder merupakan sumber data pada penelitian ini. Data primer terdiri dari data yang diperoleh dari informan utama atau sumber utama sebagai sumber data utama, dan data sekunder terdiri dari data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti literatur, buku, artikel dan lainnya sebagai sumber data kedua (Sari, 2025:58).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Spotify merupakan salah satu platform hiburan yang sangat populer dalam mendengarkan musik dan podcast oleh masyarakat. Aplikasi ini dapat diakses dengan mudah oleh pengguna untuk mencari jutaan lagu dari berbagai genre, artis dan negara melalui perangkat digital. Kepopuleran *spotify* karena kemudahan penggunaannya, fitur personalisasi seperti rekomendasi musik berdasarkan preferensi pengguna serta ketersediaan aplikasi di berbagai perangkat digital.

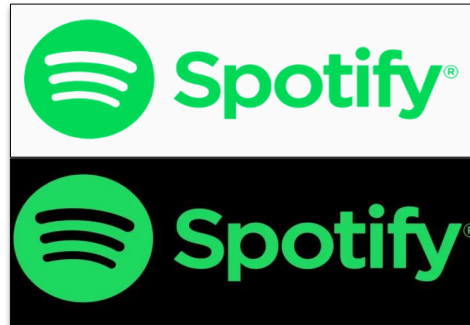
Menurut Djelantik semua benda atau peristiwa kesenian mengandung tiga aspek yang mendasar, yakni: a) Wujud atau Rupa (*Appearance*). b) Bobot atau Isi (*Content, Substance*). c) Penampilan atau Penyajian (*Presentation*). Dalam mendesain sebuah karya seni seorang seniman harus bisa memadukan elemen-elemen desain dan menciptakan karya yang memiliki nilai estetika (Djelantik, 1999:9). *Spotify* platform musik modern yang dinamis dan mudah diakses menggunakan logo yang memiliki estetika desain dengan kombinasi elemen desain untuk menarik perhatian, penyampaian makna dan identitas brand kepada pengguna.

Tiga aspek yang dianalisis dari logo *spotify* menurut teori estetika A.A.M. Djelantik:

1. Wujud atau rupa (*Apperance*)

Dari segi wujud logo *spotify* memiliki desain yang sederhana, bersih dan mudah dikenali. Fokus yang diterapkan logo ini berada pada warna, bentuk,

dan tipografi untuk mewakili gagasan dalam visi dan misi yang ada dalam logo *Spotify*. Di dalam logo ini terdapat bentuk yang simpel dan tipografi dengan font sans serif, sesuai dengan trend desain modern yang membuat logo ini lebih mudah diingat oleh pengguna maupun orang-orang yang melihatnya.



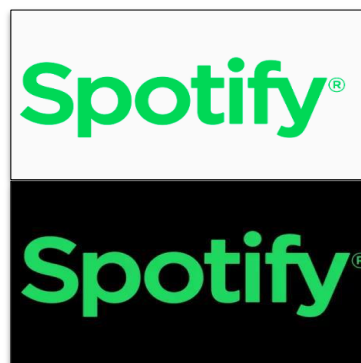
Gambar 1. Logo "Spotify"

Sumber: <https://turbologo.com/articles/spotify-logo/>

2. Bobot atau Isi (*Content, Substance*)

Pada logo *spotify*, nilai estetika logo terceminkan pada komponen elemen visual tipografi, simbol, warna dan komposisi visual yang menjadi kemampuan dalam menyampaikan identitas dan karakter brand kepada pengguna. Semua komponen dimaksudkan untuk menyapaikan pesan tentang *spotify* sebagai platform musik digital yang modern, dinamis dan mudah diakses serta membuat logo menjadi identitas visual yang komunikatif.

Tipografi



Gambar 2. Tipografi Logo "Spotify"

Sumber: <https://turbologo.com/articles/spotify-logo/>

Dalam perancangan sebuah logo, tipografi merupakan elemen penting karena berfungsi dalam membentuk identitas visual dan karakter sebuah brand. Pemilihan jenis huruf yang tepat tidak hanya mempengaruhi keterbacaan namun juga menyampaikan kesan, gambar dan nilai yang ingin ditampilkan oleh brand tersebut. Pada logo *spotify* menggunakan jenis font sans serif yang sederhana dan modern dengan karakter huruf yang bersih, bulat serta profesional memberikan kesan ramah, mudah dibaca dan fungsional yang sesuai dengan karakter *spotify* sebagai platform musik digital. Karena font sans serif banyak digunakan dalam desain logo kontemporer, jenis font ini memberikan kesan sederhana yang meningkatkan identitas visual dan memudahkan pengguna untuk mengenali *Spotify*. Oleh karena itu, pilihan font sans serif adalah pilihan yang tepat untuk logo ini.

Warna



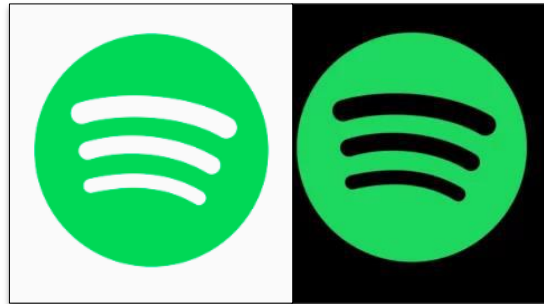
Gambar 3. Warna Logo "Spotify"

Sumber: <https://turbologo.com/articles/spotify-logo/>

Warna juga merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah logo, warna dapat membangun identitas yang menjadi ciri khas dalam sebuah brand. *Spotify* menggunakan satu warna yaitu "hijau" dalam perancangan logonya, warna ini menjadi cirikhas logo *spotify* dari platform music digital lainnya. Warna hijau memberikan kesan segar, dinamis dan energik serta menggambarkan kesan kemakmuran, regenerasi dan kemajuan. Selain itu hal ini selaras dengan misi *Spotify* untuk menyediakan oasis musik yang menenangkan dan sejahtera bagi jutaan penggunanya di seluruh dunia.

Penggunaan warna hijau yang konsisten pada logo mejadikan *spotify* menjadi aplikasi yang mudah dikenali dan diingat oleh pengguna.

Bentuk



Gambar 4. Bentuk Logo “*Spotify*”

Sumber: <https://turbologo.com/articles/spotify-logo/>

Dalam desain logo, bentuk memiliki peranan penting karena setiap bentuk yang dirancang dalam logo memiliki makna simbolik yang menyampaikan pesan dari sebuah brand, serta juga dapat mempengaruhi persepsi visual dari pengguna brand tersebut. Logo *spotify* menggunakan dua bentuk geometris yang mendukung penyampaian makna didalamnya, yaitu:

1. Bentuk Lingkaran

bentuk lingkaran menjadi salah elemen utama dalam logo *spotify* yang menjadi wadah untuk simbol gelombang suara. *Spotify* dalam menunjukan komitmennya dalam memberikan pengalaman mendengarkan musik menarik, konsisten dan relevan sepanjang waktu, bentuk lingkaran yang dihadirkan dalam logo menunjukan kesatuan, kesinambungan dan konektivitas secara keseluruhan yang tanpa batas. Bentuk ini menggarisbawahi komitmen *Spotify* untuk memberikan pengalaman musik yang tak lekang oleh waktu, yang mencerminkan integritas dan dedikasinya terhadap dunia musik.

2. Gelombang Suara

Aspek integral dari semua logo *Spotify* adalah penggambaran gelombang suara melalui tiga garis lengkung, yang mewakili esensi energi dan aliran suara dan dinamika music yang menjadi dasar dari layanan *spotify*. Bentuk gelombang suara yang dihadirkan menggambarkan

fleksibilitas dan kebebasan dalam menikmati musik serta menggambarkan potensi tak terbatas konten audio digital.

Keseimbangan



Gambar 5. Keseimbangan Logo “*Spotify*”

Sumber: <https://turbologo.com/articles/spotify-logo/>

Pada logo *spotify* dapat dilihat melalui komposisi elemen visual yang profesional dan terpusat. Bentuk simbol lingkaran dengan tiga garis gelombang suara tersusun seimbang didalamnya, penataan ini menjadikan logo simetris dan seimbang secara visual, sehingga logo terlihat stabil, harmonis dan nyaman dipandang. Selain itu, keseimbangan pada logo *spotify* mendukung keterbacaan logo dengan baik serta besar kecilnya komponen logo membuat tampilan terlihat konsisten dengan identitas visual. logo *spotify* merupakan brand yang mampu menarik perhatian pengguna dengan visual logo yang simple namun mudah diingat.

3. Penampilan atau Penyajian (*Presentation*)

Logo *spotify* memberikan penampilan yang konsisten terlihat dari konsistensi penerapannya dari berbagai media digital. *Spotify* merancang logo yang mudah dikenali dan mudah diaplikasikan baik sebagai ikon aplikasi, tampilan antar muka maupun dalam bentuk promosi. Logo *spotify* merupakan logo fleksibel untuk diterapkan pada berbagai ukuran dan latar belakang karena bentuk logo dengan bentuk lingkaran sederhana, simbol gelombang suara, tipografi dan warna yang konsisten. Selain itu, identitas *Spotify* tetap jelas dan relevan meskipun digunakan

dalam berbagai konteks dan media, berkat penyajian logo yang teratur dan proporsional. Konsistensi penggunaan logo, warna, dan tipografi pada berbagai media juga penting agar karakter merek tetap terbaca oleh pengguna (Najih & Kusumandyoko, 2023:248).

V. KESIMPULAN

Di era media digital saat ini, logo *Spotify* merupakan salah satu elemen visual utama yang menunjukkan identitas platform musik digital yang sangat baik. *Spotify* merancang logo dengan karakter visual dan nilai *brand* yang terlihat melalui desain visual logo, serta berfungsi sebagai simbol yang terus hadir dalam interaksi pengguna platform musik digital. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan estetika pada logo, yaitu: Wujud atau Rupa (*Appearance*), Bobot atau Isi (*Content, Substance*), dan Penampilan atau Penyajian (*Presentation*). Semua elemen ini secara bersama-sama membentuk kesatuan visual dan makna dalam desain logo.

Meskipun penelitian mengenai estetika logo dan identitas visual *brand* telah banyak dilakukan, sebagian besar studi terdahulu lebih berfokus pada logo korporat konvensional atau analisis visual secara umum. Masih terbatas penelitian yang secara spesifik membedah bagaimana ketiga elemen estetika (wujud, isi, dan penyajian) bekerja secara holistik pada platform media *streaming* musik dinamis seperti *Spotify*. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi secara mendalam keterkaitan antara prinsip estetika visual dan persepsi fleksibilitas platform di era digital.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip estetika pada logo *Spotify* memiliki peran penting dalam membangun kekuatan identitas sebuah *brand* atau merek. Penggunaan elemen-elemen desain tidak hanya berfungsi untuk memberikan nilai estetis, melainkan juga mendukung penyampaian pesan serta citra *Spotify* sebagai platform musik digital yang modern, dinamis, dan mudah digunakan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan

tambahan wawasan kepada pembaca mengenai pentingnya estetika dalam perancangan logo. Logo bukan sekadar simbol visual semata, melainkan juga media komunikasi yang memiliki nilai dan makna.

VI. REFERENSI

- Dawami, Angga Kusuma. (2025). "Peran Logo dalam Membangun Identitas Visual". CITRAWIRA: Journal of Advertising and Visual Communication, 6(1).
- Djelantik, A. A. M. 1999, Estetika Sebuah Pengantar. Bandung: Mspi
- Faizal, Mochammad. (2020). "Responsive Logo Design as Visual Identity of DKV Universitas 'Aisyiyah Bandung". Visualita: Jurnal Online Desain Komunikasi Visual, 9(1), 143–156
- Listya, Ariefika & Rukiah, Yayah. (2018). "Visual Branding Produk Belimbing Olahan UMKM Depok Melalui Desain Logo". Demandia, 3(2), 55–74.
- Najih, & Kusumandyoko, Tri Cahyo. (2023). "Perancangan Identitas Visual Tirai Psikologi di Blankspace Creative". BARIK, 4(2), 242–256.
- Nurzaman, Fahrizal], dkk. (2023). "*Bisnis dan Kewirausahaan Era Digital: Membangun Brand Digital yang Kuat*". Banten: Sada Kurnia Pustaka.
- R. Septiani, A. D. Dkk (2022). Jurnal "Implementasi Literasi Membaca 15 Menit Sebelum Belajar sebagai Upaya daam Meningkatkan Minat Membaca". Perseda.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, Santi Purnama, dkk. (2025). Jurnal "Kajian Estetika Karya Poster Peringatan Hari Anti Korupsi Sedunia 2024 Berdasarkan Teori A.A.M. Djelantik". Creativa Scientia.
- Sayatman, Sayatman, Darmawati, Nurina Orta, & Dwitasari, Putri. (2017). "Pengembangan Metode Desain Logo dan Sistem Grafis untuk Mendukung Pembelajaran Desain Komunikasi Visual". Jurnal Desain IDEA, 16(2), 24–29.
- Sudiana, Dendi. (2001). Tipografi: sebuah pengantar.jurnal komunikasi: mediator 2 (2).
- Susanto, Mikke, (2011). Diksi Rupa, Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa, Yogyakarta: Dikti Art Lab dan Djagad Art House.
- Tegowati, dkk. (2025). "Sosial Media Marketing 5.0 Membangun Citra dan Komunitas di Dunia Digital: Content Startegi, Storytelling, Visual Branding dan Narasi Digital". Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.

Utami, T. L. dkk. (2024). "Skripsi: Pemanfaatan Aplikasi Musik Spotify sebagai Media Hiburan Kalangan Generasi Z di Kota Pekanbaru". Riau:Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

Yudhanto, Yudho & Susilo, Shid Aldi (2024) "Panduan Aplikasi Digital Ui/Ux". Jakarta: PT. Elex Media Komputindo