

ABSTRAK

Muhammad Zikri Naldi, 210101050381, *Pengaruh Logo Universitas Terhadap Komitmen Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin*, Pembimbing Prof. Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I, pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Antasari Banjarmasin. 2025.

Kata Kunci: Logo, Brand, Komitmen

Logo merupakan salah satu elemen penting dalam membangun identitas dan citra suatu institusi. Dalam konteks perguruan tinggi, logo berperan tidak hanya sebagai tanda pengenal, tetapi juga sebagai representasi nilai dan misi universitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh logo Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin terhadap komitmen mahasiswa. Logo sebagai identitas visual institusi tidak hanya berfungsi sebagai simbol pengenal, tetapi juga menyampaikan nilai, misi, dan citra lembaga kepada publik. Dalam konteks pendidikan tinggi, keberadaan logo kampus dapat memengaruhi persepsi, rasa memiliki, dan keterikatan mahasiswa terhadap institusinya. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada tiga dimensi utama dalam logo yaitu penampilan ekspresif, manfaat fungsional, dan estetika visual.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner daring. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 408 responden yang merupakan mahasiswa aktif dari lima fakultas di UIN Antasari Banjarmasin. Data dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS untuk menguji validitas, reliabilitas, serta pengaruh antar variabel. Instrumen pengukuran meliputi indikator untuk masing-masing dimensi logo serta komitmen mahasiswa terhadap institusi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penampilan ekspresif dan manfaat fungsional logo berpengaruh signifikan positif terhadap komitmen mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa lebih terikat secara emosional ketika logo universitas mampu mencerminkan nilai dan manfaat yang sesuai dengan harapan mereka. Di sisi lain, dimensi estetika logo tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap komitmen, yang berarti aspek visual semata tidak cukup untuk membentuk keterikatan mahasiswa secara mendalam.

Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa logo universitas yang kuat secara fungsional dan ekspresif mampu memperkuat komitmen mahasiswa terhadap institusi. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengelola institusi pendidikan untuk tidak hanya mempertimbangkan keindahan visual dalam desain logo, tetapi juga memastikan bahwa logo dapat merepresentasikan identitas, nilai, dan keunggulan institusi secara menyeluruh. Rekomendasi praktis dari penelitian ini adalah agar universitas lebih memaksimalkan aspek fungsional dan identitas dalam strategi branding untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa.