

## Perancangan Identitas Visual Gamelan Ethnic Music Festival 2025 Berbasis Design Thinking sebagai Strategi Komunikasi Budaya Gamelan

**Ardhita Auliya Rifqy, Taufik Murtono, Ipung Kurniawan Yuniyanto\***

Institiut Seni Indonesia, Surakarta, Indonesia

\*Email: [ipunk@isi-ska.ac.id](mailto:ipunk@isi-ska.ac.id)

Submitted: 4 Februari 2026, Revised: 9 Februari 2026, Accepted: 24 Februari 2026, Published: 1 Mei 2026

### Abstrak

Gamelan Ethnic Music Festival (GEMFest) 2025 menghadapi tantangan dalam mengembangkan pesan budaya yang konsisten dan relevan bagi audiens muda di media digital. Kegiatan ini bertujuan merancang dan mengimplementasikan sistem identitas visual GEMFest 2025 berbasis pendekatan *design thinking* sekaligus memperkuat kapasitas komunikasi visual penyelenggara festival. Metode pelaksanaan meliputi tahapan empati, perumusan masalah, eksplorasi ide, perancangan, implementasi, dan evaluasi melalui proses pendampingan partisipatif yang melibatkan mitra sebagai *co-creator*. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sistem identitas visual yang dihasilkan mampu meningkatkan konsistensi komunikasi visual serta memperluas visibilitas budaya gamelan di media sosial, sebagaimana ditunjukkan oleh statistik penonton dan jangkauan audiens. Selain menghasilkan luaran visual, kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan literasi visual dan pemahaman strategis mitra dalam mengelola komunikasi budaya secara lebih terstruktur. Dengan demikian, desain komunikasi visual berperan sebagai sarana penguatan kapasitas komunitas budaya dalam merepresentasikan nilai tradisional secara adaptif di era digital.

**Kata kunci:** Design Thinking; Festival Budaya; Gamelan; Identitas Visual; Music Ethnic.

### Abstract

The Gamelan Ethnic Music Festival (GEMFest) 2025 faces challenges in developing a consistent and relevant cultural message for young audiences in digital media. This activity aims to design and implement a visual identity system for GEMFest 2025 based on a design thinking approach while strengthening the visual communication capacity of the festival organizers. The implementation method includes stages of empathy, problem formulation, idea exploration, design, implementation, and evaluation through a participatory mentoring process involving partners as co-creators. The results of the activity show that the visual identity system produced is able to improve the consistency of visual communication and expand the visibility of gamelan culture on social media, as shown by audience statistics and reach. In addition to producing visual outputs, this activity contributed to improving the visual literacy and strategic understanding of partners in managing cultural communication in a more structured manner. Thus, visual communication design serves as a means of strengthening the capacity of cultural communities to represent traditional values adaptively in the digital age.

**Keywords:** Design Thinking; Cultural Festival; Gamelan; Visual Identity; Ethnic Music.

**Cite this as:** Rifqy, A. A. Murtono, T., & Yuniyanto, I. K. 2026. Perancangan Identitas Visual Gamelan Ethnic Music Festival 2025 Berbasis Design Thinking sebagai Strategi Komunikasi Budaya Gamelan. *Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 15(1). 154-166. doi: <https://doi.org/10.20961/semar.v15i1.115552>

## Pendahuluan

Festival budaya tidak hanya berfungsi sebagai ruang perayaan tradisi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi budaya yang harus mampu beradaptasi dengan pola konsumsi visual audiens digital. Perkembangan media digital telah mengubah cara audiens mengakses dan memaknai informasi visual, sehingga penyelenggaraan festival budaya menuntut strategi komunikasi visual yang tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga adaptif, konsisten, dan mudah dipahami. Dalam konteks tersebut, identitas visual berperan sebagai sistem komunikasi yang membentuk citra festival, mengekspresikan karakter budaya, serta memediasi hubungan antara pesan budaya dan audiens.

Gamelan Ethnic Music Festival (GEMFest) 2025 merupakan festival budaya yang dirancang untuk mengkomunikasikan nilai musik gamelan melalui format festival musik etnik. Gamelan sebagai warisan budaya Indonesia memiliki nilai historis dan filosofis yang kuat, namun nilai tersebut belum sepenuhnya diterjemahkan ke dalam sistem visual festival yang adaptif terhadap karakter media digital. Dalam praktik komunikasi visual festival, representasi gamelan masih cenderung menggunakan pendekatan visual konvensional yang menekankan aspek tradisional secara literal. Pendekatan tersebut kurang responsif terhadap karakter media digital yang menuntut visual yang dinamis, fleksibel, dan mampu beradaptasi lintas platform. Akibatnya, identitas visual festival gamelan sering kali tidak mampu menarik perhatian audiens muda secara optimal.

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah tim penyelenggara Gamelan Ethnic Music Festival (GEMFest) 2025 yang terdiri dari penggerak komunitas seni dan panitia festival berbasis komunitas. Berdasarkan hasil identifikasi awal, mitra menghadapi keterbatasan dalam merancang dan mengelola sistem identitas visual yang konsisten serta dalam mengoptimalkan media digital sebagai sarana komunikasi budaya. Produksi konten visual sebelumnya masih bersifat tidak tentu, belum memiliki panduan identitas yang terstruktur, serta belum memanfaatkan data analitik media sosial sebagai dasar evaluasi komunikasi. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pendampingan dalam penguatan kapasitas komunikasi visual dan literasi media digital agar komunitas mampu mengelola representasi budaya gamelan secara konsisten dan berkelanjutan.

Permasalahan tersebut diperkuat oleh perubahan karakter audiens, khususnya generasi muda, yang terbiasa dengan konsumsi konten visual yang cepat dan ringkas. Generasi Z memiliki preferensi terhadap visual yang sederhana, mudah dikenali, dan relevan dengan budaya digital. Sedangkan, musik gamelan kerap dipandang relatif sulit untuk dipelajari dan kurang relevan dengan selera Gen Z, sehingga mereka lebih memilih musik pop yang dianggap sederhana dan mudah dinikmati (Suciati & Salim, 2025). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara nilai budaya gamelan dan cara penyampaiannya melalui media visual.

Isu utama yang muncul dalam perancangan identitas visual festival gamelan terletak pada bagaimana menerjemahkan unsur budaya tradisional ke dalam sistem visual yang tetap mempertahankan esensi budaya, namun mampu beradaptasi dengan kebutuhan media digital dan karakter audiens muda. Isu tersebut meliputi keterbatasan sistem identitas visual yang konsisten, minimnya eksplorasi visual yang komunikatif, serta belum optimalnya penerapan identitas visual festival pada media digital sebagai ruang utama distribusi konten visual.

Sejumlah perancangan identitas visual festival budaya telah dilakukan oleh perancang lain dan menjadi rujukan dalam penelitian ini. Silalahi & Siregar (2025) menyatakan bahwa perancangan identitas visual bukan hanya soal estetika, tetapi juga menyangkut penyusunan strategi komunikasi yang mencerminkan nilai merek, menjawab kebutuhan pasar, dan membangun komunitas yang loyal. Pandangan serupa juga dikemukakan oleh Safitri, D. (2025) yang menegaskan bahwa perancangan desain visual berfungsi sebagai media representasi yang tidak hanya menyampaikan pesan estetika, tetapi juga mengandung makna sosial dan historis yang memperkuat identitas budaya.

Meskipun demikian, perancangan-perancangan tersebut umumnya belum secara spesifik membahas penerapan pendekatan *design thinking* dalam proses perancangan identitas visual festival gamelan, serta belum mengkaji implementasi dan pengujian awal identitas visual pada media sosial sebagai platform utama konsumsi visual audiens muda. Oleh karena itu, perancangan identitas visual GEMFest 2025 menjadi relevan untuk dikaji sebagai upaya



menjawab kebutuhan komunikasi visual festival budaya yang adaptif, kontekstual, dan berorientasi pada audiens digital.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian ini tidak hanya terletak pada bagaimana merancang sistem identitas visual festival gamelan yang adaptif terhadap media digital, tetapi juga bagaimana proses perancangan tersebut dapat menjadi sarana pemberdayaan komunitas penyelenggara festival dalam meningkatkan kapasitas komunikasi visual dan literasi media digital. Dengan demikian, permasalahan utama yang diangkat mencakup 1) bagaimana mengembangkan sistem identitas visual yang komunikatif dan kontekstual bagi festival budaya gamelan, 2) bagaimana mendampingi komunitas penyelenggara agar mampu memahami, mengelola, dan mengimplementasikan sistem identitas visual tersebut dengan meningkatkan kapasitas dalam mengelola konten dan berkelanjutan.

Kegiatan ini berfokus pada pendampingan penguatan kapasitas komunikasi visual penyelenggara GEMFest 2025 melalui perancangan dan implementasi sistem identitas visual berbasis *design thinking*. Program ini menghasilkan sistem identitas visual festival yang adaptif terhadap karakter media digital dan relevan bagi audiens muda tanpa menghilangkan esensi budaya gamelan. Proses pendampingan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan penyelenggara sebagai *co-creator* agar memahami prinsip konsistensi visual, strategi branding budaya, serta penerapan identitas visual pada berbagai media promosi digital.

Orientasi kegiatan menempatkan desain komunikasi visual sebagai sarana penguatan kapasitas komunitas, bukan sekadar produk estetis. Proses perancangan diposisikan sebagai ruang pembelajaran bersama yang mendorong transfer pengetahuan, peningkatan literasi visual, serta kesiapan komunitas dalam merepresentasikan budaya gamelan secara adaptif dan kontekstual di ruang digital. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi pada penguatan peran komunitas seni dalam mengelola komunikasi budaya secara lebih terarah dan berkelanjutan.

## Metode Pelaksanaan

### 1. Pendekatan Penelitian

Kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis *design thinking* yang diadaptasi sebagai metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Kerangka *design thinking* yang tidak hanya digunakan sebagai strategi perancangan visual, tetapi juga sebagai struktur pendampingan dan penguatan kapasitas mitra. Prasetyo et al. (2025) menyatakan bahwa *design thinking* berfungsi sebagai strategi perancangan yang berfokus pada perancang dan keefektifannya dalam merumuskan solusi visual yang berpusat pada pengguna. Dalam konteks pengabdian, setiap tahapan dirancang untuk melibatkan mitra secara aktif sebagai *co-creator*, sehingga proses perancangan sekaligus menjadi ruang pembelajaran bersama dan transfer pengetahuan. Dalam konteks desain komunikasi visual, penelitian perancangan dipahami sebagai strategi penelitian kualitatif yang mengintegrasikan praktik desain dengan prosedur penelitian secara sistematis (Aulia & Atmami, 2023).

Pendekatan perancangan berbasis praktik desain menitikberatkan pada pengalaman perancang sebagai sumber data utama, termasuk proses memahami permasalahan, merumuskan solusi visual, serta mengembangkan hasil desain berdasarkan konteks yang dihadapi. Safitri et al. (2024) menyatakan bahwa pendekatan ini memungkinkan proses pengambilan keputusan visual dan solusi desain yang dihasilkan untuk dikaji secara sistematis dan terstruktur. Pendekatan ini menempatkan desain komunikasi visual sebagai alat pemberdayaan komunitas. Dengan demikian, metode pelaksanaan tidak hanya berorientasi pada penciptaan luaran desain, tetapi juga pada peningkatan literasi visual, kemampuan pengelolaan media digital, serta pemahaman strategis mitra dalam membangun komunikasi budaya secara berkelanjutan.

### 2. Tahapan Pelaksanaan

Proses perancangan identitas visual GEMFest 2025 dianalisis menggunakan kerangka *design thinking* yang terdiri atas lima tahapan utama, yaitu:



### 2.1 Tahap Identifikasi Kebutuhan dan Pemetaan Kapasitas (Empathize)

Tahap *empathize* dilakukan melalui diskusi terarah dan observasi terhadap pola komunikasi visual yang sebelumnya digunakan oleh mitra. Pada tahap ini diidentifikasi beberapa permasalahan antara lain, belum adanya sistem identitas visual yang konsisten, produksi konten digital yang tidak konsisten, keterbatasan pemahaman mengenai strategi branding festival, dan belum optimalnya pemanfaatan fitur data statistik media sosial. Tahap ini sekaligus menjadi proses awal penyadaran mitra mengenai pentingnya strategi komunikasi visual yang terstruktur dalam mendukung pelestarian budaya gamelan.

### 2.2 Perumusan Masalah Bersama (Define)

Pada tahap *define*, perumusan masalah tidak dilakukan secara sepihak oleh perancang, tetapi melalui dialog bersama mitra. Diskusi ini menghasilkan kesepakatan bahwa penguatan identitas visual diperlukan tidak hanya untuk kepentingan promosi, tetapi juga untuk membangun citra budaya gamelan yang relevan bagi generasi muda. Tahap ini menjadi penting dalam konteks pengabdian karena melibatkan mitra sebagai subjek aktif dalam menentukan arah solusi.

### 2.3 Workshop dan Eksplorasi Ide Visual Partisipatif (Ideate)

Tahap *ideate* dikembangkan dalam bentuk sesi workshop informal internal bersama tim penyelenggara festival. Dalam sesi ini dilakukan pengenalan prinsip dasar identitas visual dan branding budaya, diskusi makna simbolik unsur gamelan, eksplorasi visual secara kolaboratif melalui sketsa awal serta penyampaian objektif konseptual setiap elemen desain. Melalui proses ini, mitra tidak hanya menyaksikan proses perancangan, tetapi memahami pertimbangan visual dan strategis di balik setiap keputusan desain. Workshop informal ini menjadi bagian dari transfer pengetahuan dan peningkatan literasi visual komunitas.

### 2.4 Pengembangan Prototype dan Pendampingan Implementasi (Prototype)

Pada tahap *prototype*, hasil eksplorasi visual dikembangkan menjadi sistem identitas visual yang terstruktur. Bersamaan dengan itu dilakukan pendampingan teknis kepada mitra dalam penggunaan aset visual (logo, warna, tipografi), penyusunan konten Instagram berbasis grid, dan penerapan konsistensi visual pada berbagai format konten. Pendampingan ini bertujuan mendukung mitra dalam menerapkan sistem identitas visual sebagai bagian dari praktik komunikasi budaya yang terstruktur.

### 2.5 Evaluasi Implementasi dan Dampak Sosial (Test)

Tahap *test* tidak hanya dilakukan dalam bentuk validasi visual, tetapi juga evaluasi dampak awal terhadap kapasitas mitra dan respons audiens. Evaluasi dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu evaluasi kuantitatif yang menggunakan data Instagram Insight (jangkauan, impresi, interaksi) untuk melihat efektivitas visibilitas komunikasi budaya di ruang digital. Serta evaluasi kualitatif melalui refleksi dan diskusi bersama mitra untuk mengidentifikasi perubahan pemahaman terhadap branding festival, peningkatan kemampuan membaca data analitik, kemampuan menyusun konten secara lebih terstruktur, serta kesiapan mitra dalam mengelola komunikasi visual secara terstruktur dan berkelanjutan. Pendekatan evaluasi ini menunjukkan bahwa tahap *test* tidak hanya berfungsi sebagai pengujian estetika, tetapi sebagai evaluasi dampak sosial dan peningkatan kapasitas komunitas.

## 3. Indikator Keberhasilan dan Transfer Pengetahuan untuk Penguatan Kapasitas Mitra

Selain menghasilkan sistem identitas visual, kegiatan ini juga dirancang sebagai proses transfer pengetahuan kepada mitra. Transfer dilakukan melalui sesi diskusi terarah dan pendampingan teknis yang meliputi pemahaman prinsip dasar identitas visual dan konsistensi branding, penjelasan penggunaan aset visual dalam berbagai format media digital, dan pemanfaatan fitur Instagram Insight untuk membaca jangkauan, impresi, dan interaksi audiens.

Pendekatan partisipatif diterapkan dengan melibatkan mitra dalam proses pengambilan keputusan visual, sehingga mitra tidak hanya menerima hasil desain, tetapi memahami rasional konseptual di balik setiap elemen visual. Keberhasilan kegiatan ini diukur melalui tersusunnya sistem identitas visual sebagai aset kolektif komunitas, meningkatnya pemahaman mitra terhadap prinsip konsistensi visual, kemampuan mitra dalam mengelola konten digital secara lebih terarah, serta meningkatnya jangkauan komunikasi budaya gamelan di ruang digital. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan luaran desain, tetapi juga berkontribusi pada penguatan kapasitas



komunitas seni dalam mengelola representasi budaya secara adaptif pada media digital. Dengan indikator tersebut, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan luaran desain, tetapi juga menghasilkan dampak pada penguatan kapasitas komunitas seni dan pemahaman mitra dalam mengelola komunikasi budaya secara berkelanjutan.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi dokumentasi visual dan arsip desain yang dihasilkan selama proses perancangan identitas visual GEMFest 2025. Data yang dikumpulkan berupa aset visual digital final yang telah diimplementasikan pada media festival. Selain itu, pengumpulan data dilakukan melalui uji implementasi identitas visual pada media digital. Data respons audiens diperoleh dari Instagram Insight yang mencakup jangkauan, impresi, dan interaksi terhadap konten visual festival. Data tersebut digunakan secara deskriptif untuk melihat kecenderungan respons audiens terhadap penerapan identitas visual. Sedangkan, analisis data dilakukan secara deskriptif-analitis dengan mengaitkan proses perancangan, keputusan visual, dan hasil implementasi. Oleh karena itu, pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan keterkaitan antara tahapan perancangan *design thinking* dengan efektivitas identitas visual sebagai media komunikasi festival budaya.

### Hasil Dan Pembahasan

#### 1. Brief Awal dan Perumusan Masalah Desain (*Empathize-Define*)

Fase awal *empathize* dan *define* dicapai melalui diskusi terarah dan observasi terhadap pola komunikasi visual yang sebelumnya digunakan oleh mitra. Diskusi tersebut menekankan pentingnya menciptakan identitas visual festival yang mampu menyampaikan makna budaya gamelan secara menarik bagi generasi muda. Penyelenggara mengharapkan elemen visual yang tidak hanya mengintegrasikan unsur tradisional tetapi juga fleksibel untuk digunakan di platform digital dan sesuai dengan preferensi visual saat ini. Selama fase *empathize*, pedoman utama meliputi penggunaan slogan “Voice of Resonance” dan penggunaan warna amber sebagai warna identitas festival. Instruksi tersebut memberikan kebebasan kreatif yang cukup bagi perancang, karena tidak membatasi secara ketat aspek visual. Kebebasan dalam *brief* membuka ruang bagi perancang untuk merumuskan strategi visual yang tidak bersifat literal, melainkan interpretatif dan adaptif terhadap media digital. Selain itu, perancang memahami persyaratan khusus klien dan menyadari pentingnya gamelan sebagai bentuk seni tradisional yang terintegrasi dalam struktur sosial komunitas.

Hal tersebut kemudian diterjemahkan menjadi tantangan desain utama selama fase *define*. Tantangan pada fase ini melibatkan penyederhanaan simbol-simbol budaya gamelan yang kompleks menjadi strategi komunikasi visual yang mudah dipahami, mudah dikenali, dan solid. Penekanan fase *define* ini adalah pada gagasan bahwa perumusan masalah desain berfungsi sebagai landasan strategis dalam pengembangan identitas visual festival. Oleh karena itu, strategi desain komunikasi visual yang ideal untuk pelestarian budaya harus bersifat kolaboratif, naratif, dan kontekstual, agar nilai-nilai budaya tidak sekadar direproduksi, tetapi benar-benar dihidupkan kembali dalam ruang digital (Safitri, D., 2025).

#### 2. Pengembangan Konsep dan Ideasi Identitas Visual (*Ideate*)

Dalam perancangan identitas visual GEMFest 2025, fase *ideate* berfokus pada transformasi hasil *define* menjadi ide visual yang terorganisir. Alim, B., & Chandra, E. (2023) menjelaskan bahwa identitas visual termasuk hal penting dalam membangun sebuah branding merek yang bertujuan agar dikenal luas oleh masyarakat. Berbasis pengalaman perancang, fase *ideate* dilakukan melalui eksplorasi sketsa manual sebagai metode pemetaan ide awal secara cepat dan internal. Proses ini berfungsi untuk mentransformasi pengalaman sensorik musik gamelan ke dalam struktur visual dasar sebelum memasuki tahap digitalisasi yang lebih presisi, selaras dengan pemikiran Nurcahyo (2022) yang mana sketsa memiliki fungsi praktis untuk memastikan pengenalan objek kasus dan pengembangan ide solusi yang cepat, juga berfungsi sebagai media ekspresi visual. Dengan strategi ini, ide visual tidak hanya diciptakan dari bentuk logis tetapi juga dari pengalaman sensorik dan emosional yang terkait dengan musik gamelan.

Hasil proses *ideate* menunjukkan bahwa menciptakan identitas visual tidak dilakukan secara terpisah-pisah, melainkan sebagai satu skema visual yang utuh sebagai sistem visual terpadu yang memperkuat konsistensi komunikasi budaya. Pada fase ini, desainer mengumpulkan dan mengevaluasi berbagai komponen dasar yang



dianggap krusial untuk menciptakan narasi Voice of Resonance dan menjaga konsistensi identitas budaya festival. Elemen-elemen visual yang dirancang pada tahap *ideate* meliputi:

Tabel 1 hasil ideasi elemen visual GEMFest 2025 berbasis budaya

Elemen visual	Strategi visual	Makna konseptual	Sumber
Identitas visual	Identitas visual mencakup warna, logo, dan tipografi	Identitas visual tidak sekedar elemen estetis, tetapi menjadi sarana untuk menyampaikan karakter, nilai, dan pesan sebuah identitas secara konsisten kepada publik	Meylina et al. (2024)
Instrumen alat musik etnik	Ikonografi dengan penyederhanaan bentuk dan warna amber	Proses stilasi dan transformasi bentuk ilustrasi dengan karakter media modern, tanpa menghilangkan struktur dasar, ciri visual utama, dan makna simbolik budaya yang menjadi identitas objek dan menarik minat audien	Pahlevi & Handriyotopo (2024)
Motif batik kawung	Transformasi menjadi pola modular digital untuk background visual yang dijadikan sebagai strategi penolakan white space	Motif yang disederhanakan dan dimodularisasi tanpa kehilangan makna filosofis dasarnya, sehingga tetap relevan secara visual sekaligus kontekstual	Yuafni et al. (2022)
Ornamen tambahan	Penambahan ornamen yang sederhana dan hangat	Memperkaya narasi visual dan meningkatkan emosional desain	Wesnina et al. (2025)

Sebagaimana yang dirangkum dalam tabel 1, seluruh elemen visual dirancang sebagai satu kesatuan sistem yang utuh. Tabel ini juga menunjukkan identitas visual yang bertujuan untuk memperkuat karakter festival, simbolisme yang digambarkan oleh alat musik etnik khususnya gamelan dimaksudkan untuk menonjolkan esensi musik, pola batik kawung melambangkan prinsip dasar harmoni, dan ornamen tambahan berfungsi untuk memperkuat suasana festival dan dampak emosional. Hasil dari konsep identitas visual ini menunjukkan bahwa strategi visual yang diterapkan untuk GEMFest 2025 bersifat bersatu bukan terpisah-pisah, yang memungkinkan pembentukan identitas yang kuat dan mudah dikenali.

Oleh karena itu, fase *ideate* menghasilkan kerangka visual yang tidak hanya mencakup kumpulan elemen desain tetapi juga menjelaskan hubungan konseptual antara setiap elemen. Kerangka yang telah ditetapkan ini berfungsi sebagai acuan untuk *prototyping* dan evaluasi, di mana keseragaman, fleksibilitas, dan dampak komunikasi visual dievaluasi melalui konteks implementasi nyata.

### 3. Perancangan Identitas Visual GEMFest 2025 (*Prototype*)

#### 3.1 Color Palette

Hasil tahap *prototype* menunjukkan bahwa proses digitalisasi dari sketsa manual berhasil menghasilkan sistem identitas visual yang konsisten, modular, dan adaptif terhadap berbagai media. Penggunaan *palette* warna amber yang terdiri dari kode [#FBB03B], [#F15A24], [#BE141B], dan [#490000] berperan sebagai pengikat identitas utama sekaligus memperkuat asosiasi emosional dan pengalaman estetis audiens terhadap festival. Untuk memperkaya kedalaman visual tanpa mengganggu fokus utama, warna sekunder seperti *pink* [#FE6ECD, #FFAEFA] dan abu-abu [#EBEBEC] diterapkan secara terkontrol. Komposisi ini menegaskan bahwa pemilihan warna merupakan elemen krusial dalam aspek estetika, karena melalui pengaturan warna yang tepat, nilai keindahan dan karakter pada suatu objek desain dapat tersampaikan secara optimal (Adhitya et al., 2023).

### 3.2 Tipografi



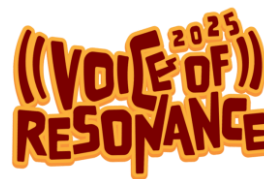
Gambar 1. Font

*Primary font* menggunakan tipografi dekoratif sans-serif dengan teknik stamp stroke yaitu font Nove yang berfungsi untuk memperkuat karakter visual Voice of Resonance. Serta untuk *secondary font* menggunakan font IBM Plex Sans Condensed. Hal ini selaras dengan pendekatan simplifikasi bentuk yang tetap menjaga identitas budaya sehingga fungsi komunikatif tetap terjaga dan bentuk dekoratif lebih mudah dibaca serta diaplikasikan dalam konteks desain modern (Setiawan & Yanuarsari, 2022).

### 3.3 Logo



Gambar 2. Logo



Gambar 3. Logotype

Logo utama GEMFest 2025 dirancang sebagai pusat identitas (brand core) yang mengintegrasikan susunan instrumen musik etnik (petik, tiup, dan pukul) yang diolah secara simpel tanpa menghilangkan bentuk aslinya. Untuk logotype, digunakan tipografi kustom modernitas sans-serif untuk mencerminkan tagline "Voice of Resonance 2025", sejalan dengan temuan Das et al., (2022) mengenai efektivitas penyederhanaan simbol musikal dalam branding.

### 3.4 Instrumen Alat Music Ethnic



Gambar 4. Instrumen alat musik etnik

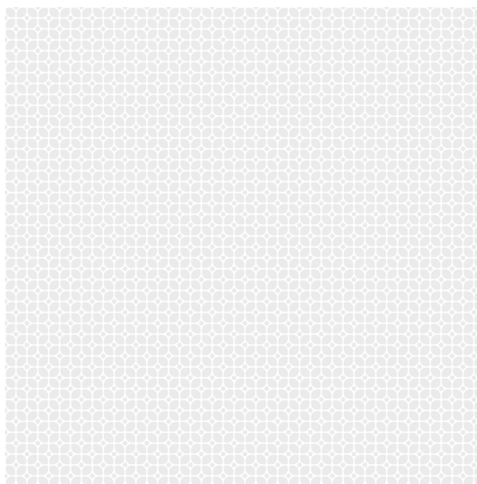
Desain komunikasi visual berperan sebagai sarana strategis dalam merepresentasikan identitas budaya agar dapat dipahami dan dimaknai oleh audiens, khususnya dalam konteks komunikasi budaya berbasis media digital. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ulfah & Rosmiati (2024) bahwa ilustrasi merupakan salah satu bentuk komunikasi visual yang dapat digunakan sebagai media untuk memperkenalkan identitas, karakter dan keberagaman budaya Indonesia.

Dalam perancangan identitas visual GEMFest 2025 alat musik etnik digunakan sebagai elemen visual utama untuk menegaskan karakter festival sebagai festival musik tradisional sekaligus memperkuat pesan budaya yang ingin



dikomunikasikan. Pilihan alat musik bergantung pada cara suara dikelompokkan, khususnya alat musik sumber bunyi, yaitu alat musik petik, tiup, dan pukul, yang melambangkan akar musik yang dalam dalam tradisi gamelan dan keragaman musik etnik Indonesia. Bentuk visual alat musik disampaikan melalui adaptasi artistik dan visual yang disederhanakan, memastikan alat musik tersebut tetap dapat dikenali dan fleksibel untuk diterapkan di berbagai platform. Penerapan skema warna amber secara visual merepresentasikan energi dan ritme musik etnik guna membangun suasana festival yang dinamis. Strategi pemilihan warna dan stilasi instrumen ini terbukti efektif menarik perhatian audiens digital, sebagaimana tercermin dalam capaian impresi organik pada tahap pengujian. Dengan demikian, elemen ini berfungsi sebagai jembatan untuk berbagi budaya, menghubungkan makna tradisi dengan gaya komunikasi visual modern.

### 3.5 Motif Batik Kawung



Gambar 5. Motif batik kawung

Motif batik kawung diadaptasi menjadi pola modular latar sebagai simbol keseimbangan dan pusat nilai kearifan lokal, yang selaras dengan prinsip harmoni dalam musik gamelan. Selain itu, penambahan motif batik kawung pada background sekaligus berfungsi untuk mengoptimalkan kepadatan visual dan menjaga kontinuitas elemen latar.

### 3.6 Ornamen Tambahan



Gambar 6. Ornamen awan chinese



Gambar 7. Frame pakeliran



Gambar 8. Ornamen lainnya

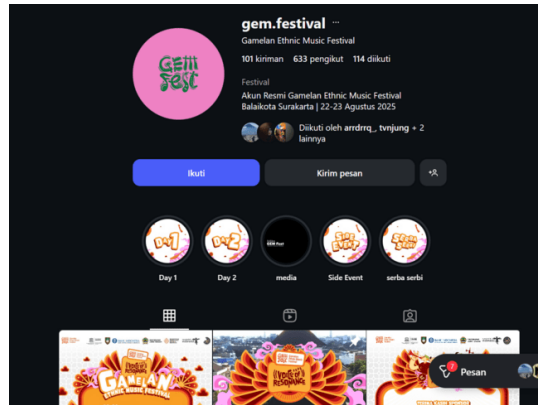
Komponen desain tambahan dalam identitas visual GEMFest 2025 dirancang untuk memperkuat tema “Voice of Resonance”, menggabungkan prinsip-prinsip tradisional dengan daya tarik visual modern. Dekorasi berbentuk awan chinese berfungsi sebagai penguat ruang, menciptakan kesan gerak dan menggambarkan pergerakan dinamis suara di sekitar figur dan alat.

Dalam perancangan ini, frame pakeliran wayang tradisional diinterpretasikan ulang menjadi struktur visual yang mengarahkan fokus audiens, terutama pada desain frame pakeliran untuk *grid* Instagram sembilan bagian (Gambar 7), yang berfungsi sebagai area narasi digital yang efektif dalam menyampaikan pesan festival. Selain itu, desain bunga, kipas lipat, awan, dan kata “hakeee.. ho’yaa..” diterapkan untuk menonjolkan suasana perayaan yang hidup dan menghubungkan kepribadian festival dengan aspek alat musik. Integrasi elemen visual tersebut memungkinkan



identitas visual GEMFest 2025 berfungsi tidak hanya secara estetis, tetapi juga sebagai media komunikasi dan pelestarian budaya.

### 3.7 Uji Implementasi dan Respon Audiens Digital (*Test*)



Gambar 9. Akun instagram

Tahap *test* dilakukan dengan implementasi identitas visual di platform digital, dengan fokus khusus pada Instagram. Data ini bertujuan untuk mengevaluasi reaksi utama audiens terhadap konsistensi dan kualitas estetika branding festival. Tahap ini berfokus pada metrik seperti jumlah tayangan, tingkat keterlibatan akun, dan sejauh mana penyebaran konten. Tahap ini telah menghasilkan lebih dari 100 posting Instagram pada akun instagram @gem.festival, dengan setiap posting diterapkan di platform digital. Informasi yang diperoleh dari *Instagram Insights* berfokus pada tayangan sebagai metrik untuk menunjukkan paparan visual. Data dikumpulkan selama periode 90 hari, dari 13 Oktober hingga 10 Januari, dan semua pencapaian diraih secara organik, tanpa mengandalkan promosi berbayar.



Gambar 10. Insight instagram

Statistik menunjukkan jumlah tayangan sebesar 15.750, dengan pembagian penonton sebesar 31,6% yang merupakan pengikut dan 68,4% yang bukan pengikut. Dari segi jenis konten, posting di feed menjadi sumber utama tayangan (71,8%), *Reels* menyumbang 25,5%, dan *Stories* sebesar 2,8%. Persentase tinggi pada postingan di feed menunjukkan bahwa visual yang ditampilkan secara teratur sangat penting untuk meningkatkan visibilitas atau kehadiran merek



dalam desain. Meskipun total 4.120 akun yang terjangkau, hubungan antara tampilan dan jangkauan menunjukkan bahwa penonton terpapar visual tersebut lebih dari sekali. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa pendekatan visual berbasis budaya yang disederhanakan secara kontemporer memiliki potensi untuk menjangkau audiens non-pengikut dan memperluas paparan nilai budaya gamelan. Walaupun demikian, dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, capaian impresi ini diposisikan sebagai indikator awal perluasan akses budaya, sementara keberhasilan utama terletak pada peningkatan kapasitas internal komunitas dalam mengelola komunikasi visual secara mandiri.

Selain akun resmi festival, distribusi visual juga diuntungkan oleh media partner, yang memperluas penyebaran konten. Hal ini menunjukkan bahwa identitas visual memiliki potensi untuk menarik penonton baru yang belum mengikuti akun utama. Meskipun data menunjukkan bahwa identitas visual GEMFest 2025 mampu menghasilkan tingkat paparan audiens yang cukup signifikan secara organik, temuan ini belum dapat secara langsung merepresentasikan efektivitas komunikasi budaya yang diharapkan. Data kuantitatif yang digunakan pada tahap ini masih terbatas pada aspek visibilitas dan keterpaparan visual, sehingga belum mampu menjelaskan perubahan persepsi, pemaknaan, maupun apresiasi audiens terhadap nilai budaya gamelan. Oleh karena itu, hasil evaluasi ini diposisikan sebagai validasi awal terhadap efektivitas visibilitas identitas visual di ruang digital. Temuan ini memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya untuk mengkaji perubahan persepsi audiens secara kualitatif terhadap nilai-nilai budaya gamelan yang dikomunikasikan.

### 3.8 Dampak terhadap Kapasitas Komunitas dan Pelaku Seni

Hasil implementasi identitas visual GEMFest 2025 tidak hanya terlihat pada capaian impresi digital sebesar 15.750 tayangan organik, tetapi juga pada perubahan kapasitas internal komunitas penyelenggara festival. Melalui proses pendampingan dan workshop partisipatif pada tahap *ideate* dan *prototype*, mitra memperoleh pemahaman yang lebih sistematis mengenai pentingnya konsistensi identitas visual sebagai bagian dari strategi komunikasi budaya. Sebelum kegiatan pengabdian dilakukan, produksi konten visual festival cenderung bersifat tidak tentu dan belum memiliki pedoman visual yang terstruktur. Setelah pendampingan, mitra mulai mampu memahami penyusunan konten berbasis sistem identitas yang konsisten, menerapkan palet warna dan tipografi pada visual, mengorganisasi grid Instagram secara strategis, dan membaca data Instagram Insight sebagai dasar evaluasi. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan literasi visual dan literasi digital dalam pengelolaan komunikasi festival.

Secara deskriptif, sebelum program pendampingan dilakukan, tim penyelenggara belum memiliki sistem panduan visual tertulis dan belum memanfaatkan data analitik sebagai dasar evaluasi konten. Setelah program berjalan, mitra telah menggunakan palet warna dan tipografi secara konsisten pada seluruh unggahan, menyusun grid Instagram secara terencana, serta melakukan pembacaan Instagram Insight secara berkala untuk mengevaluasi performa komunikasi. Perubahan ini menunjukkan pergeseran dari praktik produksi konten yang intuitif menuju pengelolaan komunikasi visual yang lebih sistematis dan berbasis strategi.

### 3.9 Pelibatan Pelaku Seni sebagai Co-Creator

Dalam proses perancangan, pelaku seni dan tim penyelenggara tidak diposisikan sebagai penerima hasil desain semata, tetapi dilibatkan dalam diskusi konseptual mengenai simbolisme gamelan, pemilihan elemen visual, serta narasi "Voice of Resonance". Diskusi ini memungkinkan terjadinya dialog antara nilai tradisional dan interpretasi visual kontemporer. Pelibatan ini menghasilkan dua dampak penting, yaitu 1) identitas visual yang dihasilkan lebih kontekstual dan merepresentasikan nilai budaya secara autentik, 2) meningkatnya kesadaran pelaku seni terhadap pentingnya representasi visual dalam menjaga keberlanjutan budaya di era digital. Dengan demikian, proses perancangan tidak hanya menghasilkan sistem visual, tetapi juga menjadi ruang refleksi kolektif mengenai cara budaya gamelan dikomunikasikan kepada generasi muda.

### 3.10 Analisis Dampak Sosial

Dampak sosial program ini dapat dilihat pada dua level, yaitu level eksternal (audiens) dan level internal (komunitas mitra). Secara eksternal implementasi identitas visual menghasilkan capaian 15.750 tayangan organik dengan dominasi audiens non-pengikut sebesar 68,4%. Hal ini menunjukkan adanya perluasan jangkauan komunikasi budaya gamelan di ruang digital dan peningkatan eksposur kepada khalayak baru. Namun, dalam konteks pengabdian,

capaian visibilitas tersebut dipahami sebagai indikator awal perluasan akses budaya, bukan sebagai satu-satunya ukuran keberhasilan.

Sedangkan dampak internal ketika setelah proses pendampingan, tim penyelenggara festival menunjukkan pemahaman yang lebih sistematis mengenai pentingnya konsistensi identitas visual dalam membangun citra budaya, kemampuan menyusun konten visual dengan terstruktur, kemampuan membaca dan memanfaatkan data Instagram Insight serta kesadaran akan pentingnya strategi komunikasi visual dalam pelestarian budaya. Perubahan ini menunjukkan bahwa komunitas tidak lagi bergantung sepenuhnya pada perancang, tetapi mulai memiliki kompetensi untuk mengelola komunikasi visual secara terarah. Dengan demikian, sistem identitas visual yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai luaran desain, tetapi sebagai alat pemberdayaan komunitas dalam mengelola komunikasi budaya secara profesional dan adaptif.

Meskipun data Instagram Insight menunjukkan capaian visibilitas yang signifikan, capaian tersebut dalam konteks pengabdian diposisikan sebagai indikator awal perluasan akses budaya. Lebih dari sekadar angka impresi, keberhasilan program terletak pada meningkatnya kapasitas komunitas dalam mengelola komunikasi visual melalui pendekatan yang terarah. Pendekatan *design thinking* yang digunakan dalam program ini berfungsi tidak hanya sebagai metode kreatif, tetapi sebagai strategi pemberdayaan. Tahapan *empathize* dan *define* memperkuat kesadaran mitra terhadap persoalan komunikasi budaya, sementara tahap *ideate* dan *prototype* menjadi ruang pembelajaran kolaboratif. Tahap *test* tidak lagi dipahami sebagai sekadar validasi estetika, tetapi sebagai evaluasi efektivitas komunikasi dan refleksi bersama terhadap dampak sosialnya. Dalam konteks ini, identitas visual berfungsi sebagai medium penguatan kapasitas komunitas seni. Sistem visual yang dihasilkan menjadi aset kolektif yang dapat digunakan secara berkelanjutan untuk festival berikutnya maupun kegiatan budaya lainnya.

#### 4. Luaran Program

Luaran kegiatan pengabdian ini tidak hanya berupa produk desain, tetapi juga perangkat pendukung yang memungkinkan komunitas mengelola komunikasi visual secara mandiri. Luaran tersebut meliputi 1) sistem identitas visual GEMFest 2025 yang mencakup logo, palet warna, tipografi, ilustrasi instrumen etnik, motif batik kawung, dan elemen grafis pendukung, 2) sistem tata kelola konten Instagram berbasis grid sembilan kuadran, 3) peningkatan literasi visual dan pemahaman branding pada tim penyelenggara festival. Dengan demikian, luaran program tidak berhenti pada artefak visual, tetapi mencakup penguatan sistem dan kapasitas pengelolaan komunikasi budaya.

#### 5. Identitas Visual sebagai Media Komunikasi Budaya

Hasil perancangan desain GEMFest 2025 menunjukkan melalui pembahasan bahwa desain komunikasi visual berperan sebagai jembatan budaya, menghubungkan warisan gamelan tradisional dengan dunia digital saat ini. Pengintegrasian identitas festival ke dalam format visual modern memperluas akses budaya sambil mempertahankan karakter aslinya. Hal ini mendukung gagasan bahwa perubahan visual yang fleksibel merupakan pendekatan kunci untuk memastikan keberlanjutan budaya di tengah pengaruh luas kecenderungan estetika populer (Safitri, D., 2025, Sabilillah, 2025).

Dengan demikian, hasil perancangan identitas visual GEMFest 2025 tidak hanya menunjukkan keberhasilan pada aspek estetika dan visibilitas digital, tetapi juga memperlihatkan kontribusi nyata terhadap penguatan kapasitas komunitas seni dalam mengelola komunikasi budaya. Proses pendampingan yang dilakukan memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan, peningkatan literasi visual, serta pelibatan pelaku budaya sebagai *co-creator* dalam membangun representasi budaya gamelan yang adaptif dan berkelanjutan.

### Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa perancangan identitas visual GEMFest 2025 melalui pendekatan *design thinking* menghasilkan sistem visual yang konsisten dan adaptif terhadap media digital, sekaligus berkontribusi pada penguatan kapasitas komunitas penyelenggara dalam mengelola komunikasi budaya secara lebih terstruktur. Proses pendampingan yang bersifat kolaboratif, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi implementasi yang mendukung peningkatan literasi visual dan pemahaman strategis mitra dalam branding budaya.



Implementasi identitas visual memperluas visibilitas budaya gamelan di ruang digital melalui peningkatan tayangan dan jangkauan audiens. Dalam konteks pengabdian, sistem identitas visual berfungsi sebagai aset kolektif yang mendukung kesiapan komunitas dalam mengelola komunikasi visual festival secara berkelanjutan. Namun, evaluasi dampak masih berfokus pada metrik digital dan belum menggambarkan perubahan persepsi audiens secara mendalam. Oleh karena itu, kegiatan dan penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode evaluasi yang lebih komprehensif guna memperkuat keberlanjutan dan efektivitas komunikasi budaya berbasis komunitas di era digital. Model pendampingan berbasis *design thinking* yang diterapkan dalam program ini memiliki potensi untuk direplikasi pada komunitas budaya lain yang menghadapi tantangan serupa dalam mengelola komunikasi visual di era digital.

## Daftar Pustaka

- Adhitya, G. R., Dewi, A. K., & Nuriarta, I. W. (2023). Perancangan Identitas Visual Pada Media Promosi Event Open Studio 7 Di Florto Studio. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(01), 68–75. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1949>
- Alim, B., & Chandra, E. (2023). Rebransing UMKM Mentai Melalui Perancangan Identitas Visual. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 12(1), 174–181. <https://doi.org/10.24114/gr.v12i1.43106>
- Aulia, M. F., & Atmami, H. (2023). Skema Perancangan Media Visual Kampanye (Ideological) bagi Desain Komunikasi Visual. *Deskovi Art and Design Journal*, 6(1), 48. <https://doi.org/10.51804/deskovi.v6i1.3096>
- Das, S., Sandhu, K., & Mondal, S. R. (2022). Music logos drive digital brands: An empirical analysis of consumers' perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 31(8), 1397–1412. <https://doi.org/10.1080/0965254x.2022.2098526>
- Meylina, C., Nuruzzaman, M., & Lestari, A. D. (2024). Identitas Visual dalam Logo Gojek Solv. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 3(6), 805–818. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v3i6.2025>
- Nurchahyo, M. (2022). Kajian Peran Sketsa dalam Proses Kreatif dan Pendidikan Desain (Kasus Pengalaman Belajar Desain di Era Digital). *Lintas Ruang: Jurnal Pengetahuan & Perancangan Desain Interior*, 10(2), 86–97. <https://doi.org/10.24821/lintas.v10i2.7199>
- Pahlevi, S. R., & Handriyotopo, H. (2024). Peran Ilustrasi sebagai Media Bercerita dalam Album Musik Band Elfensjón. *CITRAWIRA Journal of Advertising and Visual Communication*, 5(1), 13–19. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v5i1.4840>
- Prasetyo, A., Caturiyanto, S., Andhika, S., & Bimantara, Y. (2025). Strategi Pengembangan Visual Branding untuk UMKM Kopi Wangsul melalui Penerapan Metode Design Thinking. *Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 14(1), 119–133. <https://doi.org/10.20961/semar.v14i1.94939>
- Sabilillah, N. B. F. (2025). Visualisasi Permainan Tradisional dalam Seni Grafis Kontemporer. *JISPENDIORA: Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan dan Humaniora*, 4(2), 192–196. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v4i2.2157>
- Safitri, D. (2025). Strategi Desain Komunikasi Visual melalui Platform Digital dalam Mendukung Pelestarian Budaya Lokal. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 28271–28284. <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i3.4285>
- Safitri, O., Yuliaty, Y., & Muzni, N. (2024). Analisis Fenomenologi Audiens dalam Media Digital. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(2), 1465–1475. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i2.14216>
- Setiawan, A., & Yanuarsari, D. H. (2022). Perancangan Typeface “Mantingan Font” dan Sign System Berbasis Ornamen Masjid Mantingan di Kabupaten Jepara. *Jurnal Bahasa Rupa*, 5(2), 227–236. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v5i2.1071>
- Silalahi, S. B., & Siregar, Z. (2025). Perancangan Konten Instagram sebagai Media Promosi Sekawan Sukses Bersama Travel & Tour dengan Pendekatan Design Thinking. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(2), 1774–1786. Retrieved from <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/5265>
- Suciati, & Salim, M. N. (2025). Gamelan dalam Citra Budaya Populer: Studi Kasus Lokananta Gamelan Gigs di Surakarta, Jawa Tengah. *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan dan Pendidikan Musik*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.24036/musikolastika.v7i1.186>
- Ulfah, R., & Rosmiati, A. (2024). Analisis Visual Representasi Identitas Budaya Lokal pada Ilustrasi Karya Renata Owen. *CITRAWIRA Journal of Advertising and Visual Communication*, 5(1), 47–74. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v5i1.4831>

Wesnina, W., Prabawati, M., & Noerharyono, M. (2025). Integrating Traditional and Contemporary in Digital Techniques: The Analysis of Indonesian Batik Motifs Evolution. *Cogent Arts and Humanities*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2025.2474845>

Yuafni, N., Sari, G. P., & Arief, N. D. R. (2022). Transformasi Ragam Hias Kawung ke dalam Desain Bentuk Pola Modul untuk Produk Kulit dengan Teknik Modular Interlocking. *Berkala Penelitian Teknologi Kulit, Sepatu dan Produk Kulit POLITEKNIK ATK YOGYAKARTA*, VOL. 21, EDISI 1 (2022), 56–67. <https://doi.org/10.58533/bptkspk.v21i1.160>

