

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL TAMAN BUDAYA SOETEDJA SEBAGAI *BRAND AWARENESS*

Vania Geralda¹, Gilang Ramadhan² dan Galih Putra Pamungkas³

¹²³Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif, Telkom University Purwokerto, Jl. DI Panjaitan NO. 128, Karangreja, Purwokerto Selatan, Banyumas, Jawa Tengah 53147.
vaniageralda@student.telkomuniversity.ac.id, gilangram@telkomuniversity.ac.id,
galihpp@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Banyumas memiliki potensi seni dan budaya yang sangat kaya, yang salah satunya tercermin melalui keberadaan Taman Budaya Soetedja. Taman ini berfungsi sebagai ruang untuk ekspresi, apresiasi, serta sebagai pusat kegiatan kesenian dan kebudayaan. Meskipun demikian, Taman Budaya Soetedja masih menghadapi tantangan terkait identitas visualnya, sehingga citra yang dimiliki belum cukup kuat dalam benak masyarakat. Identitas visual sangat penting dalam membangun kesadaran merek (*brand awareness*) dan meningkatkan daya tarik serta eksistensi suatu institusi kebudayaan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual Taman Budaya Soetedja sebagai upaya untuk meningkatkan *brand awareness* dan mengembangkan media aplikasi yang relevan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang mencakup wawancara dengan pihak pengelola serta observasi langsung di lapangan. Proses perancangan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu riset, analisis, eksplorasi visual, dan pengembangan desain. Hasil dari perancangan ini berupa identitas visual yang mencakup logo baru dan penerapannya pada berbagai media promosi. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa perancangan identitas visual dapat berfungsi sebagai strategi komunikasi visual yang efektif, dengan tujuan memperkuat citra, meningkatkan jangkauan audiens, serta menumbuhkan rasa memiliki masyarakat terhadap seni dan budaya lokal Banyumas. Identitas yang dihasilkan dirancang agar fleksibel dan berkelanjutan, sehingga dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa mengabaikan akar budaya yang menjadi inti dari institusi tersebut.

Kata kunci : *Brand awareness*, identitas visual, Taman Budaya Soetedja,

Abstract

Banyumas has a rich potential in arts and culture, one of which is reflected through the existence of Taman Budaya Soetedja. This cultural center serves as a space for expression, appreciation, and as a hub for artistic and cultural activities. Nevertheless, Taman Budaya Soetedja still faces challenges related to its visual identity, resulting in a brand image that is not yet strong in the minds of the public.

Visual identity plays a crucial role in building brand awareness and in enhancing the attractiveness and presence of cultural institutions. This study aims to design the visual identity of Taman Budaya Soetedja as an effort to increase brand awareness and develop relevant application media. The research method employed is a qualitative approach, which includes interviews with the management and direct field observations. The design process was carried out through several stages, namely research, analysis, visual exploration, and design development. The outcome of this design process is a new visual identity that includes a redesigned logo and its applications across various promotional media. The conclusion of this study shows that the development of a visual identity can serve as an effective visual communication strategy with the goal of strengthening the image, expanding audience reach, and fostering a sense of belonging among the community toward Banyumas's local arts and culture. The designed identity is created to be flexible and sustainable, enabling it to adapt to contemporary developments without neglecting the cultural roots that form the essence of the institution.

Keyword : Brand awareness, visual identity, Taman Budaya Soetedja

PENDAHULUAN

Banyumas merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah dengan Purwokerto sebagai ibu kota. Potensi wisata budaya di Banyumas cukup beragam, meliputi situs bersejarah, museum, hingga fasilitas budaya (Wahyu Kinanti et al., n.d.). Seni dan budaya Banyumas merupakan warisan yang dilestarikan oleh masyarakatnya. Dilindungi dan diturunkan agar menjadi suatu warisan yang harmonis, menjadi ciri khas dan identitas masyarakat lokal daerah Banyumas (Ahdiani, 2020). Maka dari itu, kebudayaan perlu terus dipelajari, disebarluaskan, dan diadaptasi agar tetap relevan sepanjang masa. Banyumas memiliki berbagai fasilitas budaya seperti pendopo di dekat alun - alun, sanggar seni lokal, serta Gedung Kesenian dan Kebudayaan Soetedja atau yang dikenal sebagai Taman Budaya Soetedja yang menjadi ruang untuk menampilkan karya seni dan budaya lokal (Sarasati, 2023). Taman Budaya Soetedja, diambil dari nama Raden Soetedja Poerwodibroto, seorang komponis ternama pada era Belanda hingga Orde Lama yang berasal dari Banyumas. Salah satu karyanya yang populer, "Ditepinya Sungai Serayu," dan hingga saat ini masih diperdengarkan di

Stasiun Purwokerto. Nama Soetedja diresmikan sebagai nama gedung pada 14 Maret 1970 sebagai bentuk penghargaan dari pemerintah Kabupaten Banyumas (Kesenian Di Banyumas & Soedirman, 2024). Awalnya, Gedung Soetedja berlokasi di Pasar Manis, namun dibongkar akibat perluasan area pasar. Seiring menurunnya popularitas kesenian di Banyumas, pada Desember 2017 pemerintah daerah merelokasi Gedung Soetedja ke Kecamatan Purwokerto Selatan (Sarasati, 2023). Relokasi ini tidak hanya merepresentasikan perubahan fisik, tetapi juga menjadi simbol harapan akan kebangkitan seni dan budaya lokal. Sebagai ruang ekspresi dan apresiasi, Taman Budaya Soetedja diharapkan mampu menjadi pusat strategis dalam membangun ekosistem seni yang inklusif serta menjembatani hubungan antara seniman, masyarakat, dan pemerintah.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Audrey selaku pengelola objek di UPTD Lokawisata Purwomas. Taman Budaya Soetedja merupakan salah satu gedung yang dikelola dibawah naungan DINPORABUDPAR Kab. Banyumas. Taman Budaya Soetedja berfungsi sebagai tempat bagi masyarakat untuk menikmati berbagai hiburan dan kegiatan kesenian. Ibu Audrey menuturkan bahwa, upaya yang dilakukan pada Taman Budaya Soetedja sangat baik dalam segi fungsi. Namun, Taman Budaya Soetedja ini kurang mendapatkan citra yang tepat karena terkendala pada identitas visual. Padahal, identitas visual sangat dibutuhkan bagi suatu tempat. Identitas Visual yang menarik dapat memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan citra dan daya Tarik sebuah bangunan, sehingga lebih dikenal dan dikenang oleh masayrakat. Selanjutnya berdasarkan penuturan dari Ibu Ika selaku analis kesenian dan kebudayaan daerah di DINPORABUDPAR Kab. Banyumas, bahwa selama ini untuk keperluan surat menyurat Taman Budaya Soetedja, masih menggunakan logo Dinas Banyumas dan untuk kegiatan kegiatan yang

berlangsung serta landmark yang berada di lokasi masih menggunakan logo “Better Banyumas”.

Menurut Wheeler, identitas visual yang kuat serta mudah diingat dan dikenali dapat berperan penting dalam meningkatkan *brand awareness* suatu brand di benak audiens (Anita Karunia et al., 2020). Dalam konteks komunikasi visual, identitas visual tidak hanya menjadi elemen estetis, tetapi juga berfungsi sebagai representasi visi dan misi sebuah brand, sekaligus sebagai alat untuk memperkuat posisi brand agar tetap relevan dan menjadi pilihan utama konsumen. Identitas visual yang kuat dapat meningkatkan citra dan daya tarik sebuah tempat, sehingga lebih dikenal dan diingat di masyarakat, termasuk di kalangan wisatawan yang berkunjung ke Banyumas.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan pendekatan sistematis yang digunakan dalam proses ilmiah untuk memperoleh data yang valid dan relevan, dengan tujuan mendukung pencapaian tujuan penelitian (Rustandi, n.d.). Metodologi penelitian mencakup serangkaian tahapan yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis objek dan subjek kajian secara mendalam guna memperoleh kebenaran ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Dalam bagian ini, peneliti akan menguraikan pendekatan yang digunakan, karakteristik objek dan subjek penelitian, serta komponen metodologis lainnya yang mendukung validitas studi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menekankan kondisi alamiah dan penggalian makna mendalam. Objek penelitian adalah Taman Budaya Soetedja di Kabupaten Banyumas, sedangkan subjek penelitian mencakup pihak pengelola Taman Budaya Soetedja, Dinas Pemuda, Olahraga, Budaya, dan Pariwisata (DINPORABUDPAR) Kabupaten

Banyumas, serta Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Lokawisata Purwomas.

Jenis data terdiri dari data primer (hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pengelola dan pemangku kebijakan terkait) dan data sekunder (literatur, jurnal, artikel, serta arsip dokumentasi kegiatan dan administrasi). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Observasi langsung pada fasilitas dan aktivitas seni - budaya di Taman Budaya Soetedja untuk mengidentifikasi potensi dan kekurangan dari sisi identitas visual.
2. Wawancara mendalam dengan pengelola Taman Budaya Soetedja, staf DINPORABUDPAR, serta pihak UPTD Lokawisata Purwomas untuk menggali informasi mengenai fungsi, aktivitas, dan kendala pengelolaan identitas visual.
3. Dokumentasi berupa lokasi Taman Budaya soetedja, analisis arsip administrasi, foto kegiatan, pamphlet, dan media promosi terdahulu sebagai data pendukung.

Data yang terkumpul dianalisis dengan metode 5W1H (*What, Who, When, Where, Why, How*) untuk menyusun informasi secara sistematis dan memperoleh pemahaman komprehensif mengenai kebutuhan perancangan identitas visual Taman Budaya Soetedja.

HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Taman Budaya Soetedja memiliki potensi besar sebagai ruang ekspresi, apresiasi, sekaligus pusat kegiatan seni dan budaya di Banyumas. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa ketiadaan identitas visual resmi mengakibatkan citra lembaga belum cukup kuat di benak masyarakat. Saat ini, institusi masih menggunakan logo *Better*

Banyumas yang bersifat generik, sehingga Taman Budaya Soetedja tidak memiliki diferensiasi yang jelas dibanding lembaga lain. Hal tersebut menegaskan urgensi perancangan identitas visual sebagai strategi komunikasi visual untuk meningkatkan brand awareness.

Identitas visual yang dirancang berangkat dari Unique Selling Proposition (USP) Taman Budaya Soetedja, yaitu kedudukannya sebagai satu - satunya pusat kesenian dan kebudayaan di Banyumas yang mengabadikan nama seorang musisi, Soetedja. Keunikan ini sekaligus menjadi diferensiasi yang kuat, karena Taman Budaya Soetedja tidak hanya berfungsi sebagai ruang pertunjukan, pameran, dan edukasi, tetapi juga sebagai simbol pelestarian seni yang memadukan nilai tradisi dan inovasi kontemporer. Positioning yang dibangun diarahkan pada penguatan citra Taman Budaya Soetedja sebagai ikon budaya lokal dengan daya saing regional maupun nasional.

Proses perancangan identitas visual dilakukan melalui pendekatan simbolik - naratif. Biola dipilih sebagai elemen utama logo untuk merepresentasikan figur Soetedja. Bentuk biola dipadukan dengan konfigurasi denah arsitektur Taman Budaya Soetedja, menghasilkan bentuk visual yang merepresentasikan ruang budaya. Tipografi dirancang dengan penekanan pada hierarki visual yang komunikatif, sementara palet warna diadaptasi dari inspirasi wayang gunungan kayon, sehingga memperkuat karakter lokal Banyumas.

Hasil perancangan menunjukkan bahwa identitas visual baru memberikan solusi atas permasalahan citra institusi. Logo yang dihasilkan mampu membedakan Taman Budaya Soetedja dari lembaga induknya, serta membangun narasi historis-biografis yang menghubungkan publik dengan sosok Soetedja. Identitas ini juga dinilai fleksibel untuk diterapkan pada berbagai media promosi dan kegiatan, sehingga mendukung penguatan brand awareness. Dengan

demikian, identitas visual Taman Budaya Soetedja berfungsi tidak hanya sebagai simbol visual, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang memperkuat positioning institusi sebagai ikon seni budaya Banyumas.

MEDIA UTAMA

Logo



Gambar 1 Logo Taman Budaya Soetedja

Sumber : Dokumen Pribadi

Media Pendukung

Totebag



Gambar 2 *Totebag*

Sumber : Dokumen Pribadi

Kaos



Gambar 3 Kaos

Sumber : Dokumen Pribadi

Tumblr



Gambar 4 *Tumblr*

Sumber : Dokumen Pribadi

Notebook



Gambar 5 Notebook

Sumber : Dokumen Pribadi

Kop Surat



Gambar 6 Kop surat

Sumber : Dokumen Pribadi

X-banner

Gambar 7 X-banner

Sumber : Dokumen Pribadi

Umbul – umbul

Gambar 8 Umbul – umbul

Sumber : Dokumen Pribadi

KESIMPULAN

Perancangan identitas visual Taman Budaya Soetedja sebagai brand awareness merupakan upaya strategis dalam membangun citra yang kuat, modern, dan berakar pada nilai-nilai budaya Banyumas. Proses perancangan dilakukan melalui tahapan riset, wawancara, analisis, eksplorasi visual, dan pengembangan konsep desain yang berorientasi pada fungsi komunikasi visual secara efektif. Identitas visual yang dihasilkan tidak hanya berperan sebagai pembeda dari institusi kebudayaan lainnya, tetapi juga menjadi media untuk memperkuat eksistensi Taman Budaya Soetedja sebagai pusat pelestarian, pengembangan, dan apresiasi seni di tingkat lokal maupun nasional.

Melalui penerapan elemen visual yang konsisten pada berbagai media aplikasi, diharapkan identitas baru ini mampu meningkatkan daya tarik, memperluas jangkauan audiens, serta menumbuhkan rasa memiliki masyarakat terhadap Taman Budaya Soetedja. Dengan demikian, perancangan ini tidak hanya menghasilkan karya desain, tetapi juga menjadi kontribusi nyata dalam mendukung pelestarian budaya lokal di tengah arus globalisasi.

Dengan adanya identitas visual yang tersusun, Taman Budaya Soetedja diharapkan mampu mempertahankan relevansinya di era digital serta menjadi ikon kebanggaan masyarakat Banyumas. Perancangan ini dirancang agar memiliki fleksibilitas dan keberlanjutan, sehingga dapat terus beradaptasi dengan perkembangan media, tren desain, dan kebutuhan komunikasi di masa mendatang tanpa kehilangan akar budaya yang menjadi ruh utamanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiati, T. (2020). Kearifan Lokal dan Pengembangan Identitas untuk Promosi Wisata Budaya di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(1), 25. <https://doi.org/10.22146/jpt.50417>
- Anita Karunia, Alimuddin, & Nurabdiansyah. (2020). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DESTINASI WISATA KAWASAN TELUK YOUTEFA KOTA JAYAPURA. *Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 7.
- Kesenian Di Banyumas, P., & Soedirman, U. J. (2024). Gedung Soetedja: Sejarah dan Pemanfaatannya untuk Nur Hidayah, 2 Widya Putri Ryolita. In *Jurnal Konsepsi* (Vol. 12, Issue 4). <https://p3i.my.id/index.php/konsepsi116>
- Rustandi. (n.d.). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Sarasati, A. S. (2023, June 16). *Gedung Bersejarah, Gedung Kesenian Soetedja Purwokerto*. <Https://Kumparan.Com/Amanda-Saela/Gedung-Bersejarah-Gedung-Kesenian-Soetedja-Purwokerto-20bCGry0jz0>.
- Wahyu Kinanti, K., Pitana, T. S., & Yuliani Program Studi Arsitektur Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik, S. (n.d.). *GEDUNG SENI DAN BUDAYA BANYUMAS DENGAN PENDEKATAN LOKALITAS DI PURWOKERTO*.