

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
FESTIVAL BUDAYA SEKAL A BEKHAK LAMPUNG
BARAT GUNA MENINGKATKAN
CITRA FESTIVAL**



SKRIPSI

oleh:

M FAVIAN SAKHI KHANSA

NIM: 2012653024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
GENAP 2026**

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
FESTIVAL BUDAYA SEKALA BEKHAK LAMPUNG
BARAT GUNA MENINGKATKAN
CITRA FESTIVAL**



SKRIPSI

oleh:

M FAVIAN SAKHI KHANSA

NIM: 2012653024

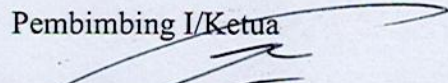
Tugas Akhir Diajukan Kepada Fakultas Seni Rupa Dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual
Genap 2026

LEMBAR PENGESAHAN

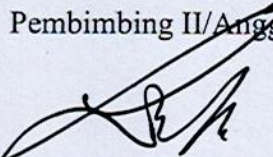
Tugas Akhir Perancangan Berjudul:

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL FESTIVAL BUDAYA SEKALA BEKHAK LAMPUNG BARAT GUNA MENINGKATKAN CITRA FESTIVAL diajukan oleh M. Favian Sakhi Khansa NIM 2012653024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 4 JUNI 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

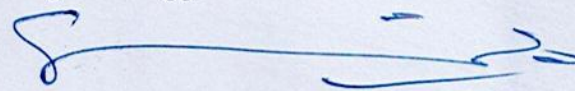
Pembimbing I/Ketua


Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.
NUPTK 0438748649130142

Pembimbing II/Anggota



Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn.
NUPTK 6947759660130212

Cognate/Anggota



Dr. Drs. Isidorus Tyas Sumbo Tinarbuko, M.Sn.
NUPTK 0736744645130132

Mengetahui

**Dekan Fakultas Seni Rupa dan
Desain Institut Seni Indonesia
Yogyakarta**


Muhammad Sholahuddin, S.Sn., M.T.
NUPTK 0351748649130073

**Koordinator Program Studi
Desain Komunikasi Visual**


Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn.
NUPTK 9547768669230302



“There is no comfort, you only choose your burden”

- Mobius, from Loki Season 2 (2023)

"You cannot sail away from your mistakes. It is impossible to forget them. I have tried. If you are to sail, do it toward somewhere."

- Kratos, from God of War Ragnarok (2022)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Favian Sakhi Khansa
NIM : 2012653024
Fakultas : Seni Rupa dan Desain
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL FESTIVAL BUDAYA SEKALA BEKHAK LAMPUNG BARAT GUNA MEMPERKUAT CITRA FESTIVAL adalah karya asli perancang/penulis sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan S-1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi atau instansi manapun; kecuali bagian sumber informasi yang dicantumkan sebagai acuan mengikuti tata cara dan etika perancangan dalam laporan Tugas Akhir ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Demikian pernyataan ini dibuat oleh perancang/penulis dengan penuh tanggung jawab.

Yogyakarta, 4 Juni 2026



M. Favian Sakhi Khansa

**PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Favian Sakhi Khansa
NIM : 2012653024
Fakultas : Seni Rupa dan Desain
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, Penulis menyatakan bahwa keseluruhan materi dalam karya yang berjudul PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL FESTIVAL BUDAYA SEKALA BEKHAK LAMPUNG BARAT GUNA MENINGKATKAN CITRA FESTIVAL diberikan kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dengan demikian, penulis memberikan UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis.

Yogyakarta, 4 Juni 2026



M. Favian Sakhi Khansa

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan syukur kepada Allah SWT, karya tugas akhir berjudul “Perancangan Identitas Visual Festival Budaya Sekala Bekhak Lampung Barat Guna Memperkuat Citra Festival” ini dipersembahkan sebagai wujud pencapaian akademik. Karya tersebut merepresentasikan penerapan pengetahuan Desain Komunikasi Visual yang diperoleh selama masa studi, sekaligus menjadi bentuk kontribusi kreatif dalam bidang desain di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Proses perancangan identitas visual Festival Budaya Sekala Bekhak Lampung Barat dilatarbelakangi oleh permasalahan ketidakkonsistenan elemen visual yang belum sepenuhnya mencerminkan karakter serta visi festival. Melalui pendekatan ilmiah dalam Desain Komunikasi Visual, upaya rekonstruksi sistem identitas dilakukan agar terbentuk struktur visual yang lebih kuat, terpadu, dan efektif dalam komunikasi. Keterbatasan dalam penyusunan karya ini disadari sepenuhnya, sehingga masukan berupa kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan selanjutnya.

Harapan yang menyertai penyusunan tugas akhir ini tidak hanya terbatas pada kontribusi dalam ranah akademik Desain Komunikasi Visual, tetapi juga pada dampak praktis yang dapat dirasakan oleh Festival Budaya Sekala Bekhak Lampung Barat sebagai entitas budaya. Semoga karya ini memperoleh ridha dan menjadi pijakan awal bagi kontribusi yang berkelanjutan di masa mendatang.

Yogyakarta, 4 Juni 2026

M. Favian Sakhi Khansa

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur Alhamdulillah Robbilalamin penulis panjatkan kehadirat Allah SWT bahwasannya telah diberi kekuatan, kelancaran, kemudahan dan ilham yang baik dalam menyelesaikan Tugas Akhir pada jenjang S-1. Penulis bersyukur bisa sampai pada tahap penyelesaian tugas akhir yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Festival Budaya Sekala Bekhak Guna Meningkatkan Citra Festival” guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian tugas akhir ini jika tidak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari banyak pihak belum tentu akan terselesaikan, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih sebanyak banyaknya kepada :

1. Dr. Irawandi, S.Sn.,M.Sn, selaku rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Muhamad Sholahuddin, S.Sn.,M.T, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Fransisca Sherly Taju, S.Sn.,M.Sn. selaku Koordinator Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn. Selaku Ketua Jurusan Desain,Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bapak Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn. Selaku Dosen Wali.
6. Bapak Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn. Selaku Dosen Pembimbing I, atas arahan, bimbingan dan kesempatan yang diberikan selama proses perancangan, sehingga perancangan ini bisa terselesaikan dengan tuntas dan efektif. Serta kesabaran yang besar dalam membimbing hingga akhir.
7. Bapak Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn. Selaku Dosen Pembimbing I, atas arahan, bimbingan dan kesempatan yang diberikan selama proses perancangan, sehingga perancangan ini bisa terselesaikan dengan tuntas dan efektif. Serta kesabaran yang besar dalam membimbing hingga akhir.
8. Bapak Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn. Selaku Dosen Pembimbing II, atas arahan, bimbingan dan kesempatan yang diberikan selama proses

perancangan, sehingga perancangan ini bisa terselesaikan dengan tuntas dan efektif. Serta kesabaran yang besar dalam membimbing hingga akhir.

9. Kepada Umi tercinta selaku Ibunda penulis yang sangat disayangi. Banyak doa, kalimat penyemangat serta kesabaran yang besar dalam mendukung cita cita dan juga mimpi penulis hingga bisa sampai pada satu lagi batu loncatan menuju kesuksesan yang penulis impikan. Terimakasih Umi, Alhamdulillah Jazakilauhu Khoiro, Semoga selalu sehat, bahagia dan dicintai semua orang. Daing sayang Umi.
10. Kepada Abi yang tersayang, selaku Ayahanda penulis. Banyak kata dan prilaku yang membimbing penulis menjadi orang yang bertanggung jawab serta membangun jiwa pemimpin yang teguh serta percaya diri selama ini, hingga bisa membawa dan menentukan jalan yang tepat dalam perjalanan hidup penulis, serta dukungan penuh hingga bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini. Abi ayah yang hebat. Terimakasih Abi, Alhamdulillah Jazakaullahu Khoiro. Semoga selalu sehat, bahagia dan dicintai semua orang. Daing sayang Abi.
11. Kepada ketiga adik penulis, Vina, Vani dan Nabila atas doa dan dukungan yang sudah diberikan. Semoga terselesaikannya tugas akhir ini bisa menjadi contoh dan semangat kalian dalam menyelesaikan studi masing masing demi menggapai cita cita.
12. Kepada keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan serta doa agar diberikan kemudahan dalam penyelesaian tugas akhir.
13. Kepada sahabat dari masa kecil penulis, Iqbal, Dzaky, Anjar, atas dukungan dan doa yang diberikan sebagai penyemangat untuk terus mengejar cita cita.
14. Kepada teman dekat semasa kuliah, Arga, Rafi, Ibnu, Tiara, Cici, atas dukungan dan dorongan yang memotivasi agar bisa menuntaskan tugas akhir dengan baik.
15. Kepada teman teman penulis yang sama sama berjuang mengerjakan tugas akhir bersama, Hendra, Farid, Ivan, Felix, Wasil, yang sudah berjuang hingga tuntas dan menghadapi susah senangnya tugas akhir.
16. Kepada DISPORA PAR Lampung barat, Bapak Endang Guntoro sebagai Kepala Bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif yang telah memberikan

izin, kesempatan dan arahan selama pengumpulan data untuk tugas akhir serta belajar hal baru tentang budaya Lampung Barat.

17. Teman teman Desain Komunikasi Visual Angkatan 2020 (Panduwara) yang saling mendukung satu sama lain.
18. Semua pihak yang terlibat dalam kehidupan penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini.

Yogyakarta, 4 Juni 2026



M. Favian Sakhi Khansa

ABSTRAK

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL FESTIVAL BUDAYA SEKALA BEKHAK LAMPUNG BARAT GUNA MEMPERKUAT CITRA FESTIVAL

M. Favian Sakhi Khansa

2012653024

Festival Budaya Sekala Bekhak di Lampung Barat merupakan salah satu media pelestarian dan promosi budaya daerah yang berperan sebagai ruang pertemuan berbagai ekspresi budaya masyarakat. Namun, hasil audit visual menunjukkan bahwa penerapan identitas visual festival masih belum konsisten pada penggunaan logo, warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya sehingga karakter visual serta citra festival belum terbentuk secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem identitas visual yang mampu memperkuat citra Festival Budaya Sekala Bekhak sebagai representasi budaya Lampung yang tetap berakar pada tradisi serta relevan dengan perkembangan masa kini. Proses perancangan dilakukan melalui observasi, wawancara, studi pustaka, visual audit, serta analisis SWOT untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan utama. Tahapan perancangan kemudian dilanjutkan menggunakan lima fase desain menurut Robin Landa, yaitu *research, strategy, concepts, design, dan implementation*. Gagasan utama yang dirumuskan mengacu pada empat kata kunci, yaitu warisan, hidup, kebanggaan, dan ruang temu, yang melahirkan konsep “Ruang Hidup Warisan Budaya” dengan pendekatan visual modern heritage atau modern etno. Hasil perancangan menghasilkan sistem identitas visual terpadu yang meliputi logo, sistem warna, tipografi, sistem grafis, motion graphic, serta pedoman identitas visual yang dirancang untuk menjaga konsistensi penerapan pada berbagai media. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi dan reinterpretasi unsur budaya Lampung melalui penggabungan motif kain tapis, yaitu motif kapal dan motif pucuk rebung, serta bentuk siger ke dalam pendekatan visual geometris memungkinkan terciptanya identitas visual yang lebih sederhana, fleksibel, dan adaptif tanpa menghilangkan keterkaitan makna dengan budaya asalnya. Kebaruan perancangan terletak pada pengembangan bahasa visual modern heritage yang mengintegrasikan unsur tapis dan siger ke dalam sistem identitas visual yang kontemporer, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai penanda visual festival, tetapi juga sebagai media yang membangun pengenalan dan memperkuat citra Festival Budaya Sekala Bekhak sebagai ruang hidup warisan budaya yang terus berkembang dan relevan bagi generasi masa kini. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menguji efektivitas sistem identitas visual terhadap pembentukan citra dan tingkat pengenalan festival melalui pendekatan kuantitatif maupun mixed method.

Kata Kunci: Identitas Visual, Festival Budaya, Sekala Bekhak, Logo, Budaya Lampung.

ABSTRACT

Designing the Visual Identity of the Sekala Bekhak Cultural Festival in West Lampung to Enhance the Festival's Image

M. Favian Sakhi Khansa

2012653024

Sekala Bekhak Cultural Festival in West Lampung serves as a medium for preserving and promoting regional culture while functioning as a space for the interaction of various cultural expressions within the community. However, the results of the visual audit indicate that the implementation of the festival's visual identity remains inconsistent in the use of logos, colors, typography, and other graphic elements, resulting in an underdeveloped visual character and an inability to optimally convey the festival's image. This study aims to design a visual identity system capable of strengthening the image of the Sekala Bekhak Cultural Festival as a representation of Lampung culture that remains rooted in tradition while maintaining relevance to contemporary developments. The design process was carried out through observation, interviews, literature review, visual audits, and SWOT analysis to identify the main potentials and problems. The design stages were then continued using Robin Landa's five design phases, namely research, strategy, concepts, design, dan implementation. The main idea was formulated based on four keywords heritage, life, pride, and meeting space, which gave rise to the concept of "Ruang Hidup Warisan Budaya" with a modern heritage or modern ethnic visual approach. The design process resulted in an integrated visual identity system consisting of a logo, color system, typography, graphic system, motion graphics, and a visual identity guideline designed to maintain consistency across various media applications. The findings of this study indicate that the transformation and reinterpretation of Lampung cultural elements through the integration of tapis motifs, namely the ship motif and bamboo shoot motif, together with the shape of the Siger, into a geometric visual approach, enable the creation of a visual identity that is simpler, more flexible, and more adaptable without losing its connection to the original cultural meanings. The novelty of this design lies in the development of a modern heritage visual language that integrates tapis motifs and the Siger into a contemporary visual identity system, allowing it to function not only as a visual marker of the festival but also as a medium for building recognition and strengthening the image of the Sekala Bekhak Cultural Festival as a living space of cultural heritage that continues to evolve and remain relevant to present generations. Future studies are expected to examine the effectiveness of the visual identity system in shaping the festival image and enhancing festival recognition through quantitative or mixed-method approaches.

Keyword: *Visual Identity, Culture Festival, Sekala Bekhak, Logo, Lampung Culture*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	viii
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Perancangan	7
D. Tujuan Perancangan.....	7
E. Manfaat Perancangan	7
1. Manfaat Teoretis	7
2. Manfaat Praktis	8
F. Definisi Operasional	9
1. Identitas Visual.....	9
2. Festival Budaya.....	9
G. Metode Perancangan.....	9
1. Data yang dibutuhkan	9
2. Metode Pengumpulan Data.....	10
3. <i>Brainstorming</i> dan Ideasi.....	10
4. Visualisasi	11
H. Metode Analisis Data.....	11
I. Skematika Perancangan.....	12
BAB II IDENTIFIKASI DAN LANDASAN TEORI.....	13
A. Obyek Perancangan	13

1. Sejarah.....	13
B. Studi Pustaka.....	15
1. Kajian Literatur.....	15
C. Landasan Teori.....	19
1. <i>Brand</i>	19
2. <i>Branding</i>	21
3. Citra Festival.....	23
4. Identitas Visual.....	24
5. Festival Budaya.....	34
D. Analisis Data.....	36
1. <i>Strenghts</i> (Kekuatan).....	36
2. <i>Weaknesses</i> (Kelemahan).....	36
3. <i>Opportunities</i> (Peluang).....	37
4. <i>Threats</i> (Ancaman).....	38
E. Usulan Pemecahan Masalah.....	39
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	40
A. Tujuan Perancangan.....	40
B. Konsep Kreatif.....	40
1. Identitas yang ingin ditonjolkan.....	40
2. Citra Visual yang ingin Ditampilkan.....	41
C. Kriteria Desain.....	42
1. Kriteria Umum.....	42
2. Kriteria Khusus.....	44
D. Strategi Kreatif.....	45
1. Unsur-unsur Ikonik.....	46
2. Warna Dasar.....	48
3. Tipografi.....	49
4. Gaya Penampilan Grafis.....	51
E. Rencana Aplikasi Logo dalam <i>Brand Identity System</i>	54
1. Stationeri.....	54
2. <i>Merchandise</i>	55
3. Seragam.....	56
4. Elemen Eksterior.....	56
5. <i>Signage</i> /Papan Nama.....	57
6. Kendaraan Oprasional.....	58

7. Media Iklan	59
8. Media Kreatif	61
9. Media Interaktif	62
10. <i>Motion Graphic</i>	63
11. <i>GSM (Graphic Standard Manual)</i>	64
BAB IV VISUALISASI KONSEP	65
A. Penyajian Data Visual	65
1. Data Visual	65
B. Pengembangan Bentuk Logo	67
1. Sketsa Logo	67
2. Eksplorasi Digital Logo	69
3. Alternatif Logo Terpilih	70
4. Pengembangan Bentuk Logo Alternatif	71
C. Logo Terpilih	72
D. Penjabaran Bentuk Logo	73
1. Siger Saibatin	73
2. Huruf S,K dan B	74
3. Motif Kapal Kain Tapis	74
E. Panduan Identitas Visual	75
1. Jenis Logo Festival Budaya Sekala Bekhak	75
2. Ruang Aman Logo	77
3. Panduan Penggunaan Pada Logo	78
4. Typeface	80
5. Hirarki Paragraf	81
6. Sistem Warna	82
7. Sistem Grafis	83
8. Implementasi Media	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
A. BUKU	107
B. JURNAL	107

LAMPIRAN.....	109
A. Lembar Konsultasi.....	109
B. Lembar Persetujuan	113
C. Hasil Turnitin	114
D. Data Wawancara	115



DAFTAR GAMBAR

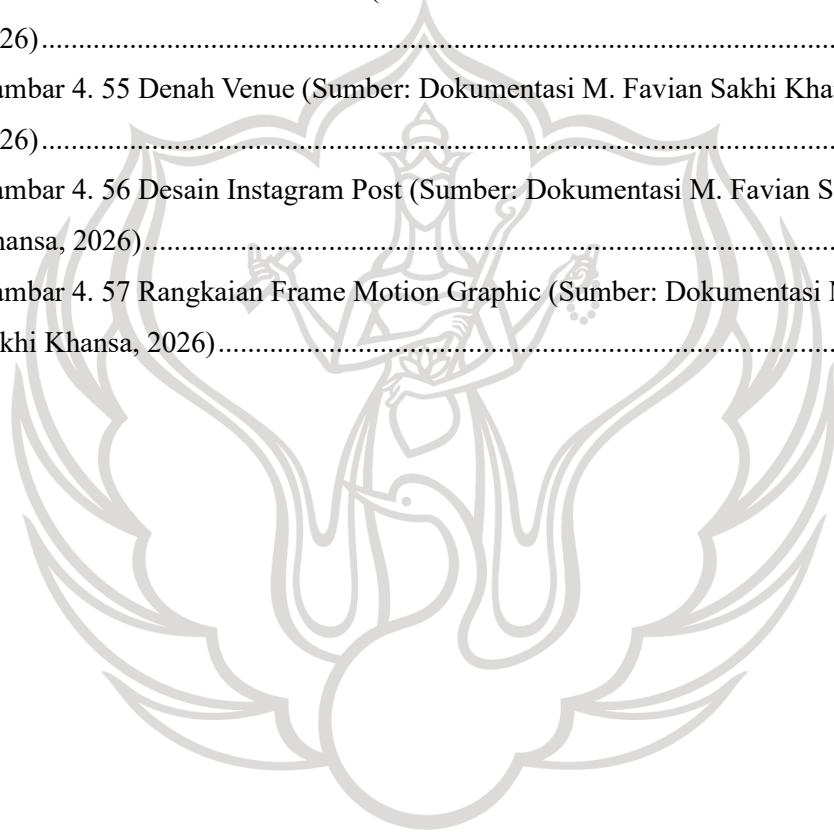
Gambar 2. 1 Poster Aktivasi Kegiatan Festival Budaya Sekala Bekhak	14
Gambar 2. 2 Poster Festival Budaya Sekala Bekhak (Sumber: https://www.instagram.com/p/C9Ok5CsPcKF/?img_index=1).....	15
Gambar 2. 3 Contoh Wordmarks	27
Gambar 2. 4 Contoh Letterform Marks	28
Gambar 2. 5 Contoh Pictoral Marks	29
Gambar 2. 6 Contoh Abstract Marks	30
Gambar 2. 7 Contoh Emblems.....	30
Gambar 2. 8 Contoh Itten's Colour Contrast	33
Gambar 3. 1 Wordmark brand Tjitarum (Sumber: https://www.instagram.com/tjitarum/).....	43
Gambar 3. 2 Supergraphic dalam poster (Sumber: www.instagram.com/thegraphicaddict)	52
Gambar 3. 3 Variasi Pola Repetisi (Sumber: Behance.com - Mzansi Philharmonic Orchestra // Brand Identity Design).....	52
Gambar 3. 4 Foto Topeng Sekura Betik (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2025).....	53
Gambar 3. 5 Contoh Stationeri (Sumber: https://www.behance.net/gallery/162259433/Free-Stationary-Branding-Mock-up?tracking_source=search_projects stationary+mockup+design&l=10).....	54
Gambar 3. 6 Contoh Merchandise (Sumber: https://www.behance.net/lingon1) ...	55
Gambar 3. 7 Elemen Eksterior Gerbang masuk Festival (Sumber: https://id.pinterest.com/pin/78742693481566415/).....	57
Gambar 3. 8 Signage penanda arah (Sumber: https://thebrandingdesign.com/project/the-new-york-times-food-festival-by-base-design/?utm_source=Pinterest&utm_medium=organic)	58
Gambar 3. 9 Gaya desain pada Livery mobil (Sumber: https://www.instagram.com/tori_harned_designs/)	59
Gambar 3. 10 Penerapan Identitas Visual pada <i>Billboard</i> (Sumber: https://www.behance.net/gallery/164332969/The-New-York-Times-Food-Festival-2022).....	60

Gambar 3. 11 Penerapan Identitas Visual pada <i>Billboard</i> (Sumber: https://www.behance.net/gallery/99481529/Hellow-Festival-2020)	60
Gambar 3. 12 <i>Photobooth</i> sebagai media kreatif (Sumber: id.pinterest.com).....	61
Gambar 3. 13 Konten sosial media sebagai media interaktif (Sumber: https://www.behance.net/gallery/174132595/Tribu-Festival-2022?tracking_source=search_projects%7Cfestival+branding)	62
Gambar 3. 14 Scene 1 Motion Poster (Sumber: https://www.instagram.com/indonesiakeroncongfestival)	63
Gambar 3. 18 Graphic Standard Manual (Sumber: https://www.behance.net/gallery/168569383/Baturraden-Destination-Branding)..	64
Gambar 4. 1 Siger Saibatin Lampung Barat (Sumber : https://biggo.id/s/siger%20lampung%20saibatin)	66
Gambar 4. 2 Palepai, Single Red Ship with Tree of Life. (Sumber: HALI, The International Magazine of Antique Carpet and Textile Art, November 1998 Issue 101. Thomas Murray.)	67
Gambar 4. 3 Tapis Pelepai (Sumber: https://www.artoftheancestors.com/lampung)	67
Gambar 4. 4 Sketsa Logo Manual (Sumber: Dokumentasi Pribadi)	68
Gambar 4. 5 Eksplorasi Digital Pada Huruf (Sumber: Dokumentasi Pribadi)	69
Gambar 4. 6 Eksplorasi Digital Brandmark (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	69
Gambar 4. 7 Alternatif Jenis Wordmark (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	70
Gambar 4. 8 Alternatif Jenis Brandmark dan Logotype (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	70
Gambar 4. 9 Pengembangan Bentuk Logo (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	71
Gambar 4. 10 Penyesuaian pada Brandmark (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	71
Gambar 4. 11 Logo Utama Final Festival Budaya Sekala Bekhak (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026)	72
Gambar 4. 12 Filosofi Bentuk Siger (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	73

Gambar 4. 13 Filosofi 7 Pucuk Siger Saibatin (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	73
Gambar 4. 14 Filosofi Motif Kapal Kain Tapis (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	74
Gambar 4. 15 Logo Utama (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	75
Gambar 4. 16 Logo Secondary (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	76
Gambar 4. 17 Logo Mikro (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	76
Gambar 4. 18 Ruang Aman Logo (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	77
Gambar 4. 19 Penerapan Logo Positif dan Diapositif (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	78
Gambar 4. 20 Penerapan Logo Pada Warna Utama (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	78
Gambar 4. 21 Larangan Logo (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	79
Gambar 4. 22 Fon Primer Savate (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	80
Gambar 4. 23 Fon Sekunder Parkinsans (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	81
Gambar 4. 24 Hirarki Paragraf (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	81
Gambar 4. 25 Warna Merah Terrakala (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	82
Gambar 4. 26 Warna Emas Sigergam (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	82
Gambar 4. 27 Warna Cokelat Kayuaro (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	83
Gambar 4. 28 Warna Kuning Pesisir (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	83
Gambar 4. 29 Bentuk Dasar Grafis Siger Tapis (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	84

Gambar 4. 30 Variasi Supergrafis (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	85
Gambar 4. 31 Pola Repetitif (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	86
Gambar 4. 32 Perlengkapan Kantor (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	87
Gambar 4. 33 Notebook A5 (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	87
Gambar 4. 34 Alat Tulis (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026)	88
Gambar 4. 35 Tanda Pengenal Panitia (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	88
Gambar 4. 36 Seragam Panitia Festival (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	89
Gambar 4. 37 Kendaraan Operasional Tampak Sampingl (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	90
Gambar 4. 38 Kendaraan Operasional Tampak Belakang (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	90
Gambar 4. 39 Kaos Merchandise Merah (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	91
Gambar 4. 40 Kaos Merchandise Cokelat (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	92
Gambar 4. 41 Totebag Merah dan Cokelat (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	93
Gambar 4. 42 Botol Minum (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	94
Gambar 4. 43 Kipas Lipat (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	94
Gambar 4. 44 Gantungan Kunci (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	95
Gambar 4. 45 Stiker (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	95
Gambar 4. 46 Payung (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026)....	96
Gambar 4. 47 Vertical Banner (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	96
Gambar 4. 48 Poster A2 (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026) 97	

Gambar 4. 49 Varian Poster A2 (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	97
Gambar 4. 50 Billboard (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).	98
Gambar 4. 51 Long Billboard (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	98
Gambar 4. 52 Desain Gerbang Festival (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	99
Gambar 4. 53 Panggung Festival (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	100
Gambar 4. 54 Desain Photobooth (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	100
Gambar 4. 55 Denah Venue (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	101
Gambar 4. 56 Desain Instagram Post (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	101
Gambar 4. 57 Rangkaian Frame Motion Graphic (Sumber: Dokumentasi M. Favian Sakhi Khansa, 2026).....	102



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan keberagaman suku dan budaya yang tersebar di setiap daerah. Keberagaman ini menciptakan berbagai bentuk ekspresi budaya lokal, mulai dari bahasa, pakaian adat, hingga festival budaya yang menjadi representasi identitas suatu daerah. Festival budaya tidak hanya menjadi media pelestarian tradisi, tetapi juga menjadi daya tarik wisata yang potensial di berbagai wilayah Indonesia. Potensi festival budaya dalam meningkatkan pariwisata daerah semakin besar bila dikelola secara profesional, khususnya dalam aspek identitas visual. Kabupaten-kabupaten di Indonesia yang telah berhasil mengangkat budaya lokal melalui festival umumnya memperhatikan aspek desain visual sebagai elemen promosi. Seperti yang disampaikan oleh (Sahar, 2024) festival budaya mampu memperkenalkan nilai-nilai lokal kepada generasi muda dan mendukung ekonomi masyarakat setempat melalui strategi promosi budaya yang tepat (Sahar, 2024: 6-7). Produk budaya seperti festival harus dikemas dengan baik agar mampu menarik wisatawan dan menjadi kekuatan ekspor budaya lokal.

Festival Budaya Sekala Bekhak merupakan festival tahunan yang diselenggarakan oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Lampung Barat dibawah Pemerintah Kabupaten Lampung Barat. Festival ini biasanya diselenggarakan di pertengahan tahun dan kembali diselenggarakan pada 18 – 19 Juli 2024 di Taman Kota Liwa, Lampung Barat. Endang Guntoro, Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata Lampung Barat mengatakan bahwa, kegiatan Festival Budaya di Lampung Barat sudah ada sejak Tahun 1991. Festival Sekala Bekhak sendiri sempat beberapa kali berganti nama. Dimulai dengan nama Festival Danau Ranau, kemudian berganti menjadi Festival Teluk Stabas yang akhirnya berubah menjadi Festival Budaya Sekala Bekhak (dalam Wawancara Pribadi, tanggal 5 Mei 2025). Pada tahun 2025 Festival Budaya Sekala Bekhak sudah diselenggarakan untuk yang ke-11 kalinya. Festival Budaya Sekala

Bekhak memiliki Visi memperlihatkan “Seni dari masa lalu, masa kini, dan masa depan” kepada seluruh generasi. Tidak hanya berfungsi sebagai media pelestarian dan perayaan adat, festival budaya ini menjadi medium yang strategis untuk menarik lebih banyak jumlah wisatawan, serta memberikan ruang kepada UMKM dan Ekonomi Kreatif yang ada di Lampung Barat (Endang Guntoro, Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata, Lampung Barat, dalam Wawancara Pribadi, tanggal 5 Mei 2025).

Festival budaya kerap kali tidak mendapatkan perhatian yang optimal dari masyarakat maupun wisatawan karena kurangnya strategi komunikasi dan penyajian yang menarik. Di era digital, minat masyarakat terhadap festival tradisional cenderung menurun kecuali jika dikemas secara menarik dan relevan dengan perkembangan zaman. Meninjau data kunjungan wisatawan Festival Budaya Sekala Bekhak yang diperoleh dari DISPORA PAR (Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata) Lampung Barat, Festival Sekala Bekhak mengalami peningkatan jumlah pengunjung dari tahun ke tahun, dari 8.603 pengunjung pada tahun 2022 menjadi 15.500 pada tahun 2024. Profil demografinya menunjukkan dominasi kelompok usia muda 13–20 tahun (35% pada tahun 2024), serta pelajar sebagai mayoritas latar belakang pekerjaan (31%). Artinya, festival ini memiliki peluang besar dalam menjangkau generasi muda, tetapi memerlukan pendekatan visual dan narasi yang lebih relevan agar pesan budaya dapat diterima secara efektif. Namun demikian, meskipun antusiasme tinggi, dominasi pengunjung masih dari wilayah lokal (Lampung Barat selalu >40%) menunjukkan bahwa cakupan daya tarik festival masih terbatas. Meskipun tren pengunjung Festival Budaya Sekala Bekhak dari luar provinsi dan mancanegara meningkat, angka partisipasi tetap kecil: hanya 15% dari luar Sumsel & Lampung dan <0,2% mancanegara setiap tahunnya. Ini menunjukkan bahwa secara persepsi dan daya tarik, Festival Sekala Bekhak belum mampu membangun *image* yang kuat sebagai acara berstandar nasional. Festival Budaya Sekala Bekhak yang telah berlangsung sebanyak 11 kali, dan menjadi satu-satunya festival budaya perwakilan Provinsi Lampung dalam Kharisma Event Nusantara (KEN) selama 4 tahun

berturut-turut sejak tahun 2021 hingga 2024, akan tetapi dalam perkembangannya, citra festival ini belum terbentuk dengan kuat.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa Festival Budaya Sekala Bekhak memiliki potensi yang besar untuk berkembang sebagai festival budaya berskala regional bahkan nasional. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, festival memerlukan strategi komunikasi yang mampu menjangkau audiens secara lebih luas tanpa menghilangkan identitas budaya yang dimilikinya. Dalam konteks ini, kelompok usia muda menjadi audiens yang penting karena memiliki intensitas tinggi dalam mengakses media digital sekaligus berperan sebagai agen penyebaran informasi melalui berbagai platform komunikasi.

Melihat sampel unggahan publikasi di sosial media Instagram Festival Budaya Sekala Bekhak dari tanggal 16 Agustus 2021 hingga 17 Juli 2024, terlihat pada tampilan visual yang digunakan Festival Budaya Sekala Bekhak selalu berubah-ubah dan belum bisa mewakili citra yang dibangun oleh Festival Budaya Sekala Bekhak sebagai festival budaya. Perancangan desain pada unggahan konten sosial media mereka yang tidak konsisten, disebabkan oleh pengerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh pihak internal DISPORA PAR Lampung Barat, berdampak pada citra visual Festival Budaya Sekala Bekhak yang akhirnya belum tersampaikan dengan maksimal kepada audiens. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persoalan utama Festival Budaya Sekala Bekhak bukan terletak pada kurangnya aktivitas promosi, melainkan pada belum adanya sistem identitas visual yang mampu menyatukan berbagai aktivitas komunikasi festival secara konsisten. Padahal sebagai festival budaya yang telah masuk dalam Kharisma Event Nusantara selama empat tahun berturut-turut, Festival Budaya Sekala Bekhak memerlukan identitas visual yang mampu memperkuat posisi dan karakter festival di tengah persaingan berbagai festival budaya lain di Indonesia.

Sejumlah festival di Indonesia telah berhasil membangun citra yang kuat melalui identitas visual dan strategi promosi yang konsisten. Tubaba Art Festival di Kabupaten Tulang Bawang Barat, misalnya, sejak awal

menekankan identitas visual yang kontemporer hingga terlihat jelas dan modern sehingga mampu menarik perhatian publik serta memperkuat citra daerah sebagai ruang kreatif baru. Demikian pula, ARTJOG di Yogyakarta dikenal dengan branding visualnya yang konsisten setiap tahun, menghadirkan tema dan identitas visual yang terintegrasi dalam seluruh materi publikasi, sehingga berhasil menempatkan dirinya sebagai salah satu festival seni kontemporer paling bergengsi di Asia Tenggara. Sementara itu, Ubud Writers & Readers Festival di Bali tidak hanya menawarkan program sastra dan seni yang berkualitas, tetapi juga membangun identitas visual dan promosi digital yang kuat, menjadikannya festival berskala internasional yang mampu menarik audiens dari berbagai negara. Contoh-contoh tersebut menunjukkan bahwa konsistensi identitas visual dan strategi promosi yang tepat berperan penting dalam memperkuat citra sebuah festival serta memperluas jangkauan audiensnya.

Festival Budaya Sekala Bekhak saat ini belum memiliki sistem identitas visual yang konsisten, baik dari segi logo, warna, tipografi, maupun elemen visual pendukung lain. Kurangnya konsistensi ini menyebabkan citra festival tidak mampu bersaing atau dikenali secara luas seperti festival budaya lain yang telah memiliki desain identitas yang kuat. Identitas Visual menjadi wajah pertama yang dilihat oleh publik dan wisatawan, jika dikemas dengan baik dapat meningkatkan persepsi positif terhadap nilai-nilai budaya yang ditawarkan. Rustan (2021) menyatakan bahwa perancangan identitas visual bukan hanya soal estetika, tetapi juga membangun persepsi dan kepercayaan publik terhadap suatu institusi atau kegiatan budaya (Rustan, 2021: 53), dijelaskan juga oleh Wheeler (2018) bahwa sistem identitas yang baik adalah yang mampu mewujudkan dan mengembangkan merek secara menyeluruh, mendukung persepsi yang diharapkan audiens, dan menjadi bagian penting dari budaya organisasi itu sendiri, yakni sebagai simbol yang terus-menerus merepresentasikan nilai inti serta relevansi suatu entitas (Wheeler, 2018: 12).

Selama ini, citra Festival Budaya Sekala Bekhak masih dipandang lemah karena identitas visual yang digunakan belum konsisten. Citra ini

terbentuk dari bagaimana festival ditampilkan, dikomunikasikan, serta dikenali publik, baik secara langsung melalui pengalaman menghadiri acara maupun tidak langsung melalui media promosi. Citra festival tidak terbentuk secara spontan, melainkan melalui proses komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus antara penyelenggara dan audiens. Dalam proses tersebut, identitas visual memiliki peran sebagai representasi yang membantu publik mengenali karakter, nilai, dan keunikan suatu festival. Ketika identitas visual diterapkan secara konsisten, publik akan lebih mudah membangun asosiasi dan persepsi tertentu terhadap festival. Menurut Wheeler (2018) identitas visual yang diterapkan secara konsisten berperan dalam membangun pengenalan, asosiasi, dan persepsi publik terhadap suatu entitas (Wheeler, 2018:24). Dalam bukunya, Landa (2019) juga menjelaskan bahwa identitas visual yang diterapkan secara konsisten berfungsi untuk menciptakan kesatuan pengalaman merek melalui satu wajah dan satu suara yang sama pada seluruh media komunikasi. Konsistensi tersebut berperan dalam memperkuat pengenalan (brand recognition) serta membantu audiens membangun asosiasi yang lebih jelas terhadap suatu entitas (Landa, 2019: 244). Sebaliknya, inkonsistensi visual berpotensi menghambat terbentuknya citra yang jelas dan mudah diingat oleh masyarakat.

Identitas visual yang kuat menjadi pembeda antara satu festival dengan yang lain, serta memperkuat daya ingat masyarakat terhadap nilai budaya yang diangkat. Sebagaimana dikemukakan oleh Yongky Safanayong (dalam Rustan, 2021) bahwa, identitas visual bukan sekadar simbol, tetapi representasi nilai dan kepribadian entitas yang diwakilinya (Rustan, 2021) Masyarakat lokal juga cenderung melihat festival sebagai rutinitas, bukan momen edukatif dan reflektif terhadap nilai-nilai budaya. Identitas visual yang lemah membuat pesan budaya sulit tersampaikan secara konsisten dan efektif kepada generasi muda maupun wisatawan. Seperti yang dijelaskan oleh Wheeler (2018), bahwa perancangan identitas visual adalah proses disiplin yang digunakan untuk membangun kesadaran, menjangkau audiens baru, dan memperluas loyalitas publik terhadap suatu entitas (Wheeler,

2018: 6), sementara Dychkovskyy dan Ivanov (2020) menyebutkan bahwa festival yang tidak dirancang dengan strategi promosi yang matang berisiko kehilangan relevansi di tengah arus modernisasi (Dychkovskyy & Ivanov, 2020).

Salah satu solusi utama dari permasalahan di atas adalah Perancangan Sistem Identitas Visual untuk Festival Budaya Sekala Bekhak yang diarahkan tidak hanya untuk menghasilkan simbol visual baru, tetapi juga membangun citra festival sebagai representasi budaya asli Lampung yang tetap berakar pada nilai tradisi serta relevan dengan perkembangan masa kini. Citra yang ingin dibangun adalah festival budaya yang mampu menghadirkan warisan budaya Lampung sebagai sesuatu yang hidup, dinamis, dan dekat dengan generasi masa kini. Pendekatan tersebut diwujudkan melalui pengolahan unsur budaya lokal, khususnya transformasi motif kain tapis Lampung, ke dalam bentuk visual yang lebih sederhana, adaptif, dan kontemporer sehingga mampu menjembatani warisan budaya dengan kebutuhan komunikasi visual modern. Melalui pendekatan ini, identitas visual tidak hanya berfungsi sebagai penanda festival, tetapi juga sebagai media yang mengomunikasikan karakter Festival Budaya Sekala Bekhak sebagai ruang hidup warisan budaya yang terus berkembang dan relevan bagi masyarakat.

Identitas visual yang kuat akan menciptakan keterikatan emosional dan meningkatkan visibilitas festival di berbagai media, terutama digital. Festival ini memiliki potensi besar untuk berkembang lebih luas dan dikenal seperti festival budaya dari daerah lain yang telah sukses membangun citranya. Penelitian oleh Lavaredas, Gomes dan Dias (2025) menyatakan bahwa media visual dalam promosi festival adalah instrumen penting dalam membangun identitas budaya daerah secara strategis (Lavaredas, Gomes, & Dias, 2025), kemudian Özdemir dan Çulha (2009) menemukan bahwa kepuasan pengunjung terhadap festival sangat dipengaruhi oleh elemen visual dan kesan pertama yang ditangkap dari identitas acara tersebut (Özdemir & Çulha, 2009). Dalam perancangan ini, identitas visual dipahami bukan hanya sebagai perangkat estetis yang berfungsi memperindah

tampilan festival, melainkan sebagai sistem komunikasi yang digunakan untuk menerjemahkan nilai budaya ke dalam bentuk visual yang mudah dikenali, dipahami, dan diingat oleh audiens. Oleh karena itu, perancangan identitas visual diposisikan sebagai upaya membangun instrumen kultural sebagai representasi budaya yang mampu memperkuat jangkauan, partisipasi, dan pengakuan publik terhadap Festival Budaya Sekala Bekhak, serta mempertahankan eksistensinya dalam jangka panjang dan tetap relevan di tengah dinamika budaya yang terus berkembang.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang sistem identitas visual Festival Budaya Sekala Bekhak Lampung Barat guna memperkuat citra festival?

C. Batasan Perancangan

Perancangan ini terbatas hanya pada perancangan identitas visual untuk Festival Budaya Sekala Bekhak, mulai dari logo, tata letak, pemilihan warna, supergrafis, dan penerapan pada media-media yang menunjang citra festival. Perancangan identitas visual tersebut kemudian dijadikan Graphic Standard Manual (GSM) sebagai pedoman visual Festival Budaya Sekala Bekhak dalam menerapkan identitas visual di masa depan.

D. Tujuan Perancangan

Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan sistem identitas visual yang konsisten bagi Festival Budaya Sekala Bekhak guna memperkuat citra festival.

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Teoretis

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam penelitian dan penerapan metodologi di bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam perancangan identitas visual.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Menjadi sebuah referensi bagi mahasiswa yang sedang merancang identitas visual untuk tugas akhir.

Memberikan pengalaman dan mengasah kemampuan mahasiswa dalam memecahkan masalah serta merancang solusi dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam perancangan identitas visual untuk festival.

b. Bagi Institusi

Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat menjadi aset dan referensi baru yang berfokus pada perancangan identitas visual festival serta menjadi acuan untuk mengembangkan kebaruan perancangan di masa depan.

c. Bagi Industri Kreatif

Perancangan ini dapat memperkaya referensi visual di industri kreatif seperti studio atau perusahaan yang sedang melakukan perancangan identitas visual sebuah festival daerah atau sebuah kegiatan yang menggabungkan identitas daerah lokal, seni tradisional dan desain modern.

d. Bagi Masyarakat

Dengan adanya perancangan identitas visual festival budaya yang konsisten, harapannya Festival Budaya Sekala Bekhak mendapatkan lebih banyak kepercayaan dari masyarakat, khususnya generasi muda, sehingga semangat dan nilai budaya yang di pertahankan oleh Festival Budaya Sekala Bekhak dapat tersalur dan menjadikan masyarakat yang memahami budayanya sendiri.

e. Bagi Pemerintah

Dapat di jadikan acuan yang baik dalam menyelenggarakan sebuah kegiatan daerah setelah memiliki identitas visual yang baru, mendukung pemerintah dalam meningkatkan daya tarik budaya dan pariwisata serta ekonomi lokal.

F. Definisi Operasional

1. Identitas Visual

Identitas visual adalah seperangkat elemen visual yang digunakan sebagai representasi nilai dan karakter suatu entitas. Wheeler (2017) mendefinisikan identitas visual sebagai sistem terintegrasi yang terdiri atas logo, warna, tipografi, dan elemen grafis pendukung. Wheeler menekankan bahwa identitas visual bukan sekedar persoalan estetika, melainkan sebuah disiplin strategis yang mampu membangun kesadaran, memperluas cakupan audiens, memperkuat loyalitas publik, dan merepresentasikan nilai serta kepribadian entitas (Wheeler, 2017). Sejalan dengan hal tersebut, Rustan (2021) menyatakan bahwa Identitas visual bukan hanya tanda dan simbol, tetapi wajah pertama yang dilihat publik dan berfungsi sebagai pembeda suatu lembaga, produk, atau acara dengan yang lain. Identitas visual yang konsisten memudahkan masyarakat mengingat, mengenali, serta membangun kepercayaan terhadap entitas tersebut (Rustan, 2021).

2. Festival Budaya

Festival budaya adalah acara kolektif yang menampilkan berbagai kegiatan tradisi, seni, dan ekspresi budaya masyarakat setempat, seperti pertunjukan musik, tarian, kuliner, kerajinan dan ritual. Selain berfungsi sebagai hiburan, festival budaya berperan penting sebagai wadah pertukaran budaya, penguat ikatan komunitas, serta sebagai sarana pelestarian warisan dan daya tarik pariwisata (Tushika & Garg, 2025).

G. Metode Perancangan

1. Data yang dibutuhkan

a. Data Primer

Data primer dapat diperoleh melalui observasi langsung pelaksanaan Festival Budaya Sekala Bekhak, mencatat aktivitas, bentuk pertunjukan budaya, serta media promosi yang digunakan.

Sumber lain juga dapat diperoleh melalui wawancara dengan pihak Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Lampung Barat, pelaku budaya, serta pengunjung untuk menggali persepsi, kebutuhan dan kendala festival.

b. Data Sekunder

Data sekunder dapat diperoleh melalui dokumentasi visual berupa foto, video, materi promosi sebelumnya untuk menilai konsistensi penerapan identitas visual Festival Budaya Sekala Bekhak, arsip media massa dan website resmi sebagai penunjang data utama.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan menghadiri dan mengikuti kegiatan Festival Budaya Sekala Bekhak.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pihak Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Lampung Barat, dan pelaku budaya untuk mendapatkan data, arsip, serta fakta yang aktual mengenai Festival Budaya Sekala Bekhak.

c. Studi Pustaka

Studi Pustaka didapatkan melalui buku, e-book, jurnal, artikel, dan penelitian terkait identitas visual, branding, festival budaya yang berkaitan dengan topik pembahasan dan perancangan.

3. Brainstorming dan Ideasi

Pada tahap ini setelah menemukan dan menentukan strategi yang tepat berdasarkan data yang sudah dikumpulkan, dilakukan Brainstorming untuk menghasilkan ide-ide kreatif untuk memecahkan permasalahan mengenai identitas visual yang akan dirancang. Ideasi dilakukan melalui mind-mapping dan eksplorasi konsep visual yang sesuai.

4. Visualisasi

a. Proses Sketsa

Data dan ide yang sudah dikumpulkan kemudian divisualisasikan dalam bentuk sketsa. Sketsa dapat dilakukan menggunakan media digital atau manual menggunakan kertas, pensil atau pena.

b. Merancang Aset Visual

Dalam proses perancangan identitas visual Festival Sekala Bekhak, aset visual menjadi elemen utama yang dirancang secara digital dengan memperhatikan kesatuan, konsistensi, serta disiplin visual. Elemen-elemen ini disesuaikan dengan nilai, keunikan, dan latar belakang budaya Lampung Barat. Melalui perancangan ini diharapkan dapat memperkuat daya tarik serta meningkatkan citra Festival Budaya Sekala Bekhak.

H. Metode Analisis Data

Dalam upaya memecahkan permasalahan dalam perancangan identitas visual Festival Budaya Sekala Bekhak, diperlukan metode analisis yang mampu mengolah data yang telah diperoleh menjadi dasar pengembangan konsep kreatif. Dalam penelitian ini digunakan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). SWOT merupakan teknik perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) yang dimiliki suatu organisasi, rencana, atau proyek. Analisis ini sederhana namun efektif sebagai alat untuk memetakan kapabilitas internal sekaligus mengenali kondisi eksternal yang dapat memengaruhi keberlangsungan organisasi atau kegiatan (Gürel & Tat, 2017).

Melalui pendekatan ini, proses perancangan diharapkan mampu menghasilkan solusi visual yang lebih terarah, relevan, dan efektif dalam mendukung perkembangan serta peningkatan citra Festival Budaya Sekala Bekhak lewat perancangan identitas visual.

I. Skematika Perancangan

