

Perancangan Logo Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo

Anindya Laksmi Larasati¹, Sri Wulandari², Bayu Setiawan³

¹²³Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
anindyalarasa77@gmail.com¹, sri.wulandari.dkv@upnjatim.ac.id²,
bayusetiawan.dkv@upnjatim.ac.id³

ABSTRACT

The Kinanthi Macapat Sidoarjo Community is a community or group that focuses on the preservation and development of the art of macapat songs, which is a form of traditional Javanese poetry. In addition, this community also strives to reach the wider community to increasingly recognize and appreciate this macapat cultural heritage. With various efforts made, Kinanthi Macapat Sidoarjo is committed to maintaining and developing this very valuable cultural heritage, so that it remains alive and known to future generations, Kinanthi Macapat Sidoarjo really needs help in creating attractive and effective branding media, one of which is creating a logo for the Kinanthi Macapat Sidoarjo Community itself. In this design, a mixed method methodology will be used in collecting data that will be used, which will use qualitative and quantitative methods. In this design, the qualitative method can be applied through interviews, observations and literature studies. While the quantitative method is used through questionnaires. To obtain in-depth information about how teenagers view macapat songs.

Keywords: logo, community, Sidoarjo, brand

ABSTRAK

Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo merupakan sebuah komunitas atau kelompok yang berfokus pada pelestarian dan pengembangan seni tembang macapat, yaitu salah satu bentuk puisi tradisional Jawa. Selain itu, komunitas ini juga berusaha untuk menjangkau Masyarakat secara luas agar semakin mengenal dan menghargai warisan budaya macapat ini. Dengan berbagai upaya yang dilakukan, Kinanthi Macapat Sidoarjo berkomitmen untuk menjaga dan mengembangkan warisan budaya yang sangat berharga, agar tetap hidup dan dikenal oleh generasi mendatang, Kinanthi Macapat Sidoarjo sangat memerlukan bantuan dalam pembuatan media branding yang menarik dan efektif, salah satunya adalah pembuatan logo untuk Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo ini sendiri. Dalam perancangan ini akan menggunakan metodologi *mix methode* dalam mengumpulkan data yang akan digunakan, dimana akan menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif. Dalam perancangan ini metode kualitatif ini dapat diterapkan melalui wawancara, observasi dan studi literatur. Sedangkan pada metode kuantitatif digunakan melalui kuesioner. Untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai bagaimana remaja memandang tembang macapat.

Kata kunci: logo, komunitas, Sidoarjo, merek

PENDAHULUAN

Arus globalisasi yang kian pesat mempercepat perubahan tersebut pada berbagai aspek kehidupan (Nahak, 2019). Budaya sebagai salah satu identitas bangsa mencerminkan cara pandang dan pola hidup masyarakat dalam menjalani serta memaknai aktivitas sehari-hari (Aprianti, 2022). Menurut Azima (2021), kebudayaan merupakan pedoman tingkah laku yang diwariskan secara turun-temurun dan

membentuk pandangan hidup masyarakat. Namun kemajuan teknologi informasi mempermudah masuknya budaya asing yang sering kali diadopsi tanpa penyaringan, sehingga melemahkan fungsi budaya lokal sebagai filter dan pelindung identitas nasional. Generasi muda Indonesia kini menunjukkan kecenderungan ketertarikan lebih besar terhadap budaya luar seperti budaya Barat dan Korea, sehingga kebudayaan Indonesia kerap dianggap “ketinggalan zaman”. Kondisi ini tercermin pada meningkatnya konsumsi budaya populer asing, misalnya gaya busana, drama, dan musik, yang tidak selalu sejalan dengan norma sosial Indonesia. Gelombang budaya Korea atau Korean Wave bahkan mendominasi selera generasi muda melalui musik, film, drama, dan grup idola (Wulandari et al., 2022). Akibatnya, minat mempelajari dan melestarikan kebudayaan Indonesia semakin menurun, mengancam keberlangsungan seni tradisional seperti tembang macapat (Mulyadi, 2021).

Salah satu kesenian khas yang berasal dari Indonesia Adalah tembang macapat. Tembang macapat ini sendiri merupakan salah satu kesenian yang berada di Indonesia khususnya daerah Jawa. Macapat sendiri merupakan salah satu kebudayaan yang ada di Indonesia. Tembang macapat sendiri biasanya sering disebut juga dengan tembang atau puisi Jawa (Noviati, 2018). Dalam tembang macapat, terdapat beberapa bagian yang menjadi pondasi utama dari tembang macapat tersebut. Bagian-bagian ini memiliki peran penting dalam membentuk struktur dan makna dari setiap tembang macapat. Hal ini, memastikan setiap elemen di dalam tembang macapat tersebut dapat bekerja secara harmonis untuk menyampaikan pesan yang akan diangkat dan keindahan sastra Jawa yang kaya akan nilai budaya. Meskipun pada saat ini terjadi penurunan minat terhadap tembang macapat ini, masih ada komunitas yang menyadari pentingnya menjaga nilai-nilai kebudayaan tembang macapat agar tidak punah, contohnya seperti Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo.

Komunitas Paguyuban kinanthi macapat sidoarjo ini terdiri dari sekelompok orang yang memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya menjaga kebudayaan Indonesia, khususnya dalam pelestarian dari tembang macapat. Dengan misi untuk melestarikan budaya ini agar tidak hilang tergerus arus globalisasi yang semakin hari semakin meluas, Kinanthi Macapat yang berlokasi di kota Sidoarjo dan aktif dengan beberapa anggota, yang semuanya memiliki minat dan kecintaan terhadap seni tradisional khususnya tembang macapat. Untuk kegiatan yang dilakukan oleh komunitas ini mencakup beberapa aktivitas, mulai dari latihan menyanyi tembang macapat hingga penyelenggaraan acara dan kegiatan lain yang berkaitan dengan budaya macapat, seperti pertunjukan pagelaran yang dilakukan di keraton Yogyakarta dan diskusi bersama sesama anggota dan juga beberapa narasumber yang ahli pada bidang kebudayaan ini. Selain itu, komunitas ini juga berusaha untuk menjangkau Masyarakat secara luas agar semakin mengenal dan menghargai warisan budaya macapat ini. Dengan berbagai upaya yang dilakukan, Kinanthi Macapat Sidoarjo berkomitmen untuk menjaga dan mengembangkan warisan budaya yang sangat berharga, agar tetap hidup dan dikenal oleh generasi mendatang, sehingga tradisi ini dapat terus diwariskan dan dinikmati oleh masyarakat luas.

Dalam upaya menjalankan misinya untuk memperkenalkan tembang macapat kepada masyarakat luas, Kinanthi Macapat Sidoarjo sangat memerlukan bantuan dalam pembuatan media branding yang menarik dan efektif, salah satunya adalah pembuatan logo untuk Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo ini sendiri. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada pendiri dari Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo ini, beliau merasa bahwa peminat dari komunitas ini terasa tidak bergerak dan tidak ada pergerakan. Untuk anggota dari Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo ini menurut pendirinya tidak ada penambahan anggota dan juga anggota yang tergabung Sebagian besar merupakan masyarakat dengan usia yang notabenehnya sudah tidak muda lagi, atau bisa dikatakan sudah masuk ke dalam usia lanjut. Maka dibutuhkannya brand identity yang dapat menunjang pemasaran untuk paguyuban ini.

Brand sangat penting suatu citra suatu merk. Oleh karena itu, brand sangat terkait dengan citra suatu merek dan Value merek (Purwanto, Dkk., 2024). Brand sendiri bisa dilakukan dengan membuat suatu Brand identity yang unik, menarik dan mudah dikenal. branding adalah aktivitas yang perlu dipertimbangkan dalam upaya membentuk kesadaran (brand awareness) calon konsumen potensial...(Sugiarto, 2019). Dalam pembuatan brand juga perlu dibuatnya identitas visual dari merk. Selain itu, tujuan identitas visual adalah membantu membangun pengenalan brand dengan menciptakan citra identitas visual yang konsisten sehingga mudah diingat oleh masyarakat (Adwitiya, Dkk., 2024). Maka pentingnya membuat brand identity sangat diperlukan untuk membuat Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo khususnya logo agar lebih dikenal oleh audiens dan juga dapat menarik audiens. Dalam pembentukan logo untuk Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo diperlukannya ide yang menarik dan juga kekinian namun, tidak meninggalkan nilai kebudayaan yang sesuai dengan tujuan dari komunitas ini agar dapat tepat sasaran dan juga sesuai dengan misi yang diinginkan.

METODE PENELITIAN

Pada perancangan ini, menggunakan beberapa metodologi. Metodologi tersebut penulis menggunakan metode kualitatif dan juga kuantitatif (*Mix Methode*) dalam mengumpulkan data yang akan digunakan. Menurut Maruwu (2024) beliau mengatakan bahwa, mix methode merupakan model penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengkombinasikan atau menggabungkan antara teknik, metode, cara pandang, konsep, maupun bahasa pendekatan penelitian kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian.

Dalam perancangan ini metode kualitatif ini dapat diterapkan melalui wawancara, observasi dan studi literatur. Sedangkan pada metode kuantitatif digunakan melalui kuesioner. Untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai bagaimana remaja memandang tembang macapat, nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya, serta bagaimana branding dapat dikembangkan untuk menarik minat mereka, maka penulis menggunakan penggabungan antara kedua metode ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo merupakan sebuah komunitas atau kelompok yang berfokus pada pelestarian dan pengembangan seni tembang macapat, yaitu salah satu bentuk puisi tradisional Jawa. Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo juga masih melakukan pertemuan-pertemuan dan juga latihan secara rutin. Kegiatan Macapat ini rutin di laksanakan setiap malam Minggu wage di Kinanti Coffe perum TNI AL Graha Samudra Asri blok B6 no. 5 Kramat jegu kabupaten Sidoarjo yang digunakan sebagai basecamp dari Kinanthi Macapat Sidoarjo. Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo juga merupakan objek yang akan digunakan dalam perancangan ini.

Perumusan Konsep

Dalam proses perancangan visual, keyword merupakan elemen penting yang berfungsi sebagai representasi verbal dari gagasan utama desain. keyword dapat menjadi dasar dalam membentuk karakter visual, karena mampu menyampaikan nilai-nilai dan makna yang ingin ditransformasikan ke dalam bentuk desain. Keyword biasanya dihasilkan melalui proses brainstorming, analisis konteks, serta eksplorasi ide yang mendalam. Hasil dari proses tersebut akan melahirkan satu atau beberapa kata kunci yang mampu mendeskripsikan konsep desain secara verbal maupun visual.

Dalam perancangan logo untuk Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo, keyword yang digunakan adalah “Harmoni Dalam Kedamaian Budaya Jawa.” Pemilihan keyword ini tidak bersifat arbitrer, tetapi melalui diskusi, observasi, serta wawancara dengan pihak Paguyuban. Narasumber Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo menyampaikan bahwa tembang macapat berisi ajaran luhur budaya Jawa yang mengajarkan keselarasan atau harmonisasi antar manusia dan alam semesta sehingga menimbulkan rasa damai dihati. Lebih jauh Narasumber juga menyampaikan bahwa tembang macapat memiliki metrum tertentu yang memaksa pencipta cakepan/naskah harus menyelaraskan pemilihan kata dengan nada baku.

Konsep Verbal

a. Tagline

Tagline yang akan digunakan dalam perancangan logo ini adalah: "Syair Jawa, Melodi Kedamaian dalam Harmoni Budaya". Tagline ini merupakan turunan langsung dari keyword utama, dan dirancang untuk merangkum nilai-nilai esensial dari tembang macapat sebagai bentuk ekspresi budaya Jawa. Pemilihan tagline “Syair Jawa, Melodi Kedamaian dalam Harmoni Budaya” tidak hanya menjadi rangkuman dari keyword utama, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai budaya yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Selain itu, berdasarkan wawancara dengan Ketua Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo, tembang macapat dipandang sebagai “petuah hidup” yang memiliki kekuatan mendalam dalam menyampaikan pesan moral dan spiritual. Maka dari itu, tagline diposisikan sebagai elemen strategis dalam branding untuk menjembatani nilai budaya dengan persepsi audiens yang lebih luas.

Konsep Visual

a. Logo

Logo yang akan dibuat akan didasari oleh data dari wawancara kepada ahli branding dan juga pada kata kunci yang sudah didapatkan sebelumnya. Dalam proses pembuatan logo Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo, penulis memilih jenis logo Combination Mark, yaitu gabungan antara logogram (simbol visual) dan logotype (teks nama paguyuban). Sesuai dengan langkah awal yang dilakukan penulis dalam membranding logo Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo adalah dengan menentukan tujuan dari branding logo ini. Tujuan dari pembuatan logo Paguyuban ini adalah untuk menguatkan identitas sekaligus memperkenalkan nama organisasi secara jelas dan menarik. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan pemilik paguyuban yang menginginkan paguyubannya bisa dikenal luas dan secara mudah dikenali dari makna logo yang dibuat karena mengandung simbol simbol macapat.

Pemilihan jenis logo Combination Mark ini didasarkan pada kebutuhan akan fleksibilitas penggunaan di berbagai media, baik formal maupun digital, serta kemampuannya untuk mengomunikasikan nilai-nilai budaya Jawa yang terkandung dalam seni macapat melalui simbol visual yang khas. Penulis memahami bahwa kombinasi elemen visual dan teks akan menciptakan kesan profesional, memperkuat daya tarik visual, serta mendukung konsistensi branding paguyuban agar lebih mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat luas. Pada logogram penulis mengambil referensi dari Surya Majapahit sebagai Kerajaan terbesar di Jawa dan sangat mewarnai kebudayaan Jawa sebagai dasar pembuatan logo, surya sendiri adalah harapan bersinarnya Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo.



Gambar 1 Surya Majapahit

Sumber: Wikipedia, 28 September 2025

Unsur berikutnya yaitu Kuluk atau mahkota Kerajaan Mataram khususnya Karaton Ngayogyakarta Hadiningrat sebagai kerajaan penerus Majapahit yang eksis sampai dengan saat ini. Mataram sekaligus sebagai gagrak / versi macapat yang dikembangkan Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo. Referensi diatas selaras dengan keyword "Harmoni" dan "Jawa".

VISA: Journal of Visions and Ideas

Vol 6 No 1 (2026) 64-73 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643

DOI: 47467/visa.v6i1.10251



Gambar 2 Kuluk Mataram dipakai Sultan Agung
Sumber: Dikbud Yogyakarta, 28 September 2025

Lalu akan terdapat pula kepala dari wayang Yudhistira, ksatria yang tenang serta berbudi luhur dimana sejalan dengan keyword “kedamaian”.



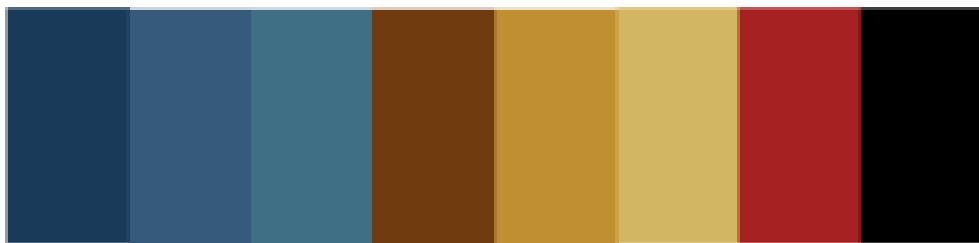
Gambar 3 wayang yudhistira
Sumber: Pinterest, 28 September 2025



Gambar 4 Referensi logo
Sumber: Pinterest, 28 September 2025

b. Warna

Perancangan logo bagi Paguyuban Kinanthi Macapat Sidoarjo, menggunakan perpaduan antara warna biru, hitam, merah, coklat dan emas. Keputusan ini diambil berdasarkan pertimbangan hubungan erat dengan keyword, yang telah dibuat sebelumnya. Setiap warna memiliki makna sebagai bentuk ungkapan visual, seperti pada warna biru disini berkaitan dengan keyword “Harmoni”. Selanjutnya untuk warna hitam berkaitan dengan pakaian yang digunakan oleh para penembang saat tampil. Hitam juga memberikan kesan yang cenderung elegan, dan menggambarkan keteraturan, yang Dimana ini selaras dengan keyword “Harmoni”. Sedangkan warna emas merupakan warna yang diambil dari selendang yang digunakan oleh penembang saat tampil dan juga mewakili kemewahan dan juga kualitas tinggi. Kemudian Warna coklat menggambarkan stabilitas, kehangatan, dan nilai-nilai tradisional.



Gambar 5 Referensi Warna
Sumber: Data Pribadi, 28 September 2025

Proses Pembuatan Logo

Dalam pembuatan logo itu sendiri memiliki beberapa proses yang cukup Panjang. Proses dalam pembuatan logo ini dimulai dengan observasi dan juga wawancara terhadap pemilik dari paguyuban kinanthi macapat sidoarjo. Lalu dilanjutkan ke tahap brainstorming, selanjutnya melakukan proses perumusan konsep. Setelah itu, dilanjutkan pada tahap sketsa kasar, selanjutnya tahap digitalisasi. Setelah itu, dilanjutkan dengan proses pewarnaan, selanjutnya

melakukan validasi pada pemilik dari komunitas paguyuban kinanthi macapat sidoarjo.

a. Pembuatan Sketsa

Dalam pembuatan logo yang pertama kali dilakukan Adalah proses brainstorming. Selanjutnya, proses yang dilakukan Adalah pembuatan sketsa kasar. Pembuatan sketsa kasar ini berdasarkan dari beberapa keyword yang sudah diambil dari proses brainstorming. Dalam prosesnya penulis menggunakan media tradisional yaitu menggambar menggunakan kertas dan pensil. Dalam proses ini akan menghasilkan suatu logo yang akan digunakan oleh paguyuban kinanthi macapat sidoarjo.

b. Digitalisasi Logo

Proses selanjutnya, adalah proses digitalisasi. Proses digitalisasi ini adalah proses dimana penulis akan mendigitalisasikan sketsa kasar logo yang sudah terpilih untuk paguyuban kinanthi macapat ini. proses digitalisasi ini penulis menggunakan aplikasi adobe illustrator. Pada saat proses ini dilakukan terdapat salah satu poin penting yang harus diperhatikan yaitu, proses ini tidak dapat mengubah bentuk dari sketsa kasar.

c. Pewarnaan

Untuk tahap selanjutnya adalah pewarnaan. Setelah tahap digitalisasi dilakukan, maka tahap selanjutnya adalah proses pewarnaan. Logo yang sudah didigitalisasikan ini akan dilanjutkan untuk proses pewarnaan yang sesuai dengan referensi yang sudah dibuat sebelumnya. Proses pewarnaan ini menggunakan beberapa warna yang masih sehubungan dengan keyword yang akan digunakan yaitu, warna biru, merah, emas, coklat, dan hitam.

d. Validasi

Selanjutnya, tahap yang harus dilakukan adalah proses validasi kepada Stakeholder atau pemilik dari paguyuban kinanthi macapat sidoarjo. Setelah dilakukannya validasi kepada pemilik, maka didapatkan suatu logo yang akan digunakan oleh paguyuban kinanthi macapat sidoarjo.



Gambar 6 Logo Kinanthi Macapat Sidoarjo

Sumber: Data Pribadi, 30 Oktober 2025

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang didapatkan dari perancangan ini adalah upaya yang dapat digunakan dalam meningkatkan brand awareness bagi paguyuban kinanthi macapat sidoarjo ini salah satunya adalah pembentukan logo yang berguna sebagai identitas dari paguyuban kinanthi macapat ini. dengan adanya logo maka dapat digunakan juga sebagai suatu bentuk dalam mengimplementasikan bahwa paguyuban kinanthi macapat ini merupakan suatu komunitas yang menyadari pentingnya menjaga nilai-nilai kebudayaan tembang macapat agar tidak punah. Selain itu penerapan nilai-nilai yang dijunjung oleh paguyuban macapat kinanthi sidoarjo ini dapat divisualisasikan dengan identitas dari komunitas ini sendiri, salah satunya dengan logo.

Saran untuk perancangan berikutnya adalah untuk dapat merealisasikan desain dari rancangan ini dan juga dapat menambah beberapa identitas yang belum ada dalam perancangan ini. dan mungkin dapat mengimplementasikan identitas dari paguyuban macapat sidoarjo ini sendiri agar komunitas ini dapat dikenal lebih meluas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adwitiya, F. N., Wulandari, S., & Ayuswantana, A. C. (2024). Perancangan Rebranding Logo Pantai Joko Mursodo. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 1312-1321.
- Aprianti, M., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2022). Kebudayaan Indonesia di Era Globalisasi terhadap Identitas Nasional Indonesia. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 996-998.
- Azima, N. S., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Pengaruh Masuknya Budaya Asing terhadap Nasionalisme Bangsa Indonesia di Era Globalisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7491-7496.
- Mulyadi, D. (2021). Pelaksanaan Kurikulum Jenjang Pendidikan Tinggi pada Era Revolusi Industri 4.0 melalui Blended Learning. *Inovasi Kurikulum*, 18(1), 63-72.
- Nahak, S. (2019). Dinamika Perubahan Sosial Budaya di Indonesia di Era Globalisasi. *Jurnal Ilmu Sosial*, 12(2), 45-59.
- Noviati, E. (2018). Eksistensi Nilai-Nilai Tembang Macapat di Kalangan Anak Muda sebagai Filter Pengaruh Alkukturasi. *Dewa Ruci: Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni*, 13(1), 49-62.
- Purwanto, F. A. V., & Wulandari, S. (2024). Perancangan Brand Guideline Brawijaya Delight. *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 124-131.
- Sugiarto, C. (2019). Pelatihan Branding sebagai Upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Nugget Lele Desa Mojogedang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 8(2), 1-5.
- Wulandari, S., & Aji, R. I. (2022). Kajian terhadap Fandom K-Pop (Army & Exo-L) sebagai Audiens Media dalam Mengonsumsi dan Memaknai Teks Budaya.

VISA: Journal of Visions and Ideas

Vol 6 No 1 (2026) 64-73 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643

DOI: 47467/visa.v6i1.10251

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif, dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.