

Redesain Identitas Visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas

Yoke Anifa^{1*}, Harissman²

¹Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

²Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

^{1*}yokeanifa@gmail.com, ²harismanomar@gmail.com

Abstrak

Redesain Identitas Visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas dilakukan sebagai upaya membangun identitas organisasi yang lebih konsisten, modern, dan mampu merepresentasikan karakter serta nilai-nilai kepramukaan yang dimiliki organisasi. UKM Pramuka Racana Swarnadwipa merupakan unit kegiatan mahasiswa di Universitas Andalas yang aktif dalam bidang pembinaan karakter, kepemimpinan, dan pengabdian masyarakat, namun identitas visual yang digunakan sebelumnya dinilai belum memiliki sistem penerapan yang terarah sehingga kurang optimal dalam membangun pengenalan organisasi. Metode yang digunakan dalam proses perancangan ini meliputi observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT, 5W+1H dan analisis target audiens untuk merumuskan strategi perancangan yang sesuai dengan kebutuhan organisasi. Perancangan dilakukan dengan pendekatan teori identitas visual, teori logo, tipografi, warna, serta prinsip-prinsip desain komunikasi visual. Hasil dari perancangan ini berupa sistem identitas visual yang terdiri atas logo, warna identitas, tipografi, graphic element, maskot, serta penerapannya pada berbagai media komunikasi visual seperti atribut organisasi, media promosi, media administrasi, dan merchandise. Dengan adanya redesign identitas visual ini, diharapkan UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas memiliki identitas yang lebih kuat, mudah dikenali, serta mampu mendukung konsistensi komunikasi visual organisasi pada berbagai media.

Kata Kunci: Redesain Identitas Visual, Organisasi Kepramukaan, Racana Swarnadwipa

PENDAHULUAN

Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) merupakan organisasi kemahasiswaan yang berfungsi sebagai wadah pengembangan minat, bakat, kepemimpinan, serta keterampilan sosial mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi. Keberadaan UKM tidak hanya berperan sebagai sarana pengembangan diri, tetapi juga menjadi media pembentukan karakter dan pengabdian kepada masyarakat yang sejalan dengan tujuan pendidikan tinggi (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2013). Salah satu UKM yang aktif dalam bidang pembinaan karakter dan kepemimpinan di Universitas Andalas adalah UKM Pramuka Racana Swarnadwipa. Organisasi ini berperan sebagai wadah pembinaan Pramuka Pandega yang berlandaskan nilai-nilai kepramukaan, kepemimpinan, pengabdian masyarakat, serta budaya lokal Minangkabau. Melalui berbagai program seperti Festival Swarnadwipa (FIESTA) dan Swarnadwipa Peduli, organisasi ini menunjukkan kontribusinya tidak hanya di lingkungan kampus, tetapi juga kepada masyarakat luas.

Sebagai organisasi yang aktif dan memiliki berbagai kegiatan berskala lokal maupun nasional, Racana Swarnadwipa membutuhkan identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter, nilai, serta filosofi organisasi secara efektif. Identitas visual merupakan representasi visual dari nilai dan karakter organisasi yang berfungsi membangun persepsi serta membedakannya dari organisasi lain (Arika & Soewardikoen, 2014). Dalam sistem identitas visual, logo menjadi elemen utama yang berfungsi sebagai representasi simbolis dari visi, tujuan, dan karakter organisasi (Rustan, 2021). Oleh karena itu, identitas visual yang baik harus memiliki bentuk yang sederhana, mudah dikenali, mudah diingat, serta mampu diterapkan secara konsisten pada berbagai media komunikasi visual.



Gambar 1. Logo Eksisting UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas Sebagai Objek Redesain
(Sumber: Dokumentasi Organisasi, 2025)

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan kuesioner yang dilakukan pada UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas, ditemukan bahwa identitas visual yang digunakan sebelumnya belum memiliki sistem penerapan yang terarah dan konsisten. Logo yang digunakan mengandung banyak elemen visual yang saling bertumpuk sehingga mengurangi

keterbacaan dan efektivitas komunikasi visual. Selain itu, penggunaan identitas organisasi pada berbagai media masih beragam dan belum memiliki pedoman yang jelas, sehingga organisasi menjadi kurang mudah dikenali oleh mahasiswa maupun masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pengembangan identitas visual yang lebih sederhana, komunikatif, dan relevan dengan kebutuhan organisasi saat ini.

Dalam konteks desain komunikasi visual, redesain identitas visual tidak hanya bertujuan memperbarui tampilan visual organisasi, tetapi juga menjadi strategi komunikasi untuk menyelaraskan representasi visual dengan karakter, nilai, dan arah perkembangan organisasi. Menurut Rustan (2021), logo yang efektif harus memenuhi prinsip kesederhanaan, keterbacaan, daya ingat, fleksibilitas, dan relevansi agar mampu menjalankan fungsinya sebagai identitas visual secara optimal. Oleh karena itu, redesain identitas visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas dilakukan dengan mengintegrasikan nilai-nilai kepramukaan, semangat pengabdian, kebersamaan, serta unsur budaya Minangkabau ke dalam sistem identitas visual yang lebih modern dan terstruktur.

Tujuan dari perancangan ini adalah menghasilkan sistem identitas visual baru yang mampu merepresentasikan karakter UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas secara lebih konsisten, komunikatif, dan mudah dikenali melalui penerapan logo, warna identitas, tipografi, graphic element, maskot, serta berbagai media pendukung. Melalui perancangan ini diharapkan organisasi memiliki pedoman identitas visual yang dapat digunakan secara konsisten pada berbagai media komunikasi sehingga mampu mendukung pengenalan dan representasi organisasi secara lebih efektif.

METODE

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam proses perancangan. Menurut Sugiyono (2017), data dapat dikumpulkan melalui berbagai teknik, seperti observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pada perancangan ini, metode pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi, kuesioner, dokumentasi, dan studi pustaka.



Gambar 2. Observasi dan wawancara di UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas
(Sumber: Yoke Anifa, 2025)

Wawancara dilakukan dengan pengurus UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas untuk memperoleh informasi mengenai sejarah organisasi, filosofi logo, nilai-nilai organisasi, serta permasalahan pada identitas visual yang digunakan saat ini. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada mahasiswa Universitas Andalas sebagai representasi audiens eksternal.

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung penerapan identitas visual organisasi pada berbagai media, seperti atribut organisasi, media kegiatan, dan media digital. Kuesioner disebar secara daring kepada anggota aktif, alumni, mahasiswa Universitas Andalas yang bukan anggota organisasi, serta desainer grafis untuk memperoleh persepsi dan masukan terkait identitas visual organisasi. Dari proses tersebut diperoleh sebanyak 115 responden yang menjadi dasar dalam perumusan konsep perancangan.

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan arsip logo, foto kegiatan, serta berbagai media komunikasi visual yang pernah digunakan oleh organisasi. Sementara itu, studi pustaka dilakukan melalui penelusuran buku, jurnal, dan sumber referensi lain yang berkaitan dengan identitas visual, logo, tipografi, warna, serta desain komunikasi visual sebagai landasan teoritis dalam perancangan.

Metode Analisis Data

Analisis data pada perancangan ini dilakukan menggunakan analisis target audiens, analisis SWOT, dan metode 5W+1H. Menurut Kotler dan Keller (2009), analisis target audiens diperlukan untuk memahami karakteristik sasaran komunikasi sehingga strategi visual yang dirancang dapat sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens. Target audiens dalam perancangan ini adalah mahasiswa berusia 14–25 tahun, baik anggota aktif, calon anggota, maupun mahasiswa umum yang memiliki ketertarikan terhadap kegiatan kepramukaan, kepemimpinan, dan pengabdian masyarakat. Analisis ini dilakukan berdasarkan aspek geografis, demografis, dan psikografis sebagai dasar dalam menentukan konsep visual yang komunikatif dan relevan.

Selanjutnya, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal organisasi yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Menurut (Rangkuti, 2014), analisis SWOT membantu merumuskan strategi yang tepat berdasarkan potensi dan permasalahan yang dimiliki suatu organisasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa Racana Swarnadwipa memiliki nilai organisasi yang kuat dan aktif dalam berbagai kegiatan, namun identitas visual yang digunakan saat ini dinilai kurang fleksibel, kompleks, dan belum diterapkan secara konsisten. Di sisi lain, perkembangan media digital dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya visual branding menjadi peluang untuk menghadirkan identitas visual yang lebih relevan dan mudah dikenali.

Metode 5W+1H digunakan untuk merumuskan arah perancangan secara sistematis melalui identifikasi aspek what, why, who, when, where, dan how. Menurut Dahiya (2008), metode ini membantu memahami kebutuhan desain dan menentukan solusi yang tepat dalam proses kreatif. Melalui analisis ini dirumuskan bahwa perancangan berfokus pada pengembangan sistem identitas visual yang lebih sederhana, komunikatif, dan representatif terhadap nilai-nilai kepramukaan serta budaya Minangkabau, sehingga dapat diterapkan secara konsisten pada berbagai media komunikasi organisasi.

Konsep Perancangan

Redesain identitas visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas dilakukan untuk menghadirkan identitas organisasi yang lebih konsisten, modern, dan mampu merepresentasikan karakter organisasi secara lebih efektif. Konsep perancangan disusun berdasarkan hasil observasi, wawancara, kuesioner, serta analisis data yang menunjukkan perlunya pembaruan identitas visual yang lebih sederhana, komunikatif, dan mudah dikenali.

Konsep verbal berfokus pada nilai kepemimpinan, pengabdian, kebersamaan, dan kearifan lokal sebagai karakter utama organisasi. Sementara itu, konsep visual menerapkan pendekatan modern, sederhana, dan simbolis melalui pengembangan bentuk yang terinspirasi dari tunas kelapa sebagai simbol Gerakan Pramuka, yang dipadukan dengan unsur budaya Minangkabau dan nilai kemanusiaan. Penggunaan warna ungu dan kuning emas serta tipografi sans serif dipilih untuk memperkuat kesan modern, profesional, dan mudah dikenali. Konsep tersebut kemudian diterapkan secara konsisten pada sistem identitas visual dan berbagai media pendukung organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Logo



Gambar 3. Hasil Karya Logo
(Sumber: Yoke Anifa, 2026)

Logo UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas merupakan hasil redesain identitas visual yang berfungsi sebagai identitas utama organisasi. Logo terdiri atas logogram dan logotype yang dikembangkan melalui penyederhanaan bentuk visual sehingga menghasilkan tampilan yang lebih modern, mudah dikenali, dan fleksibel untuk diterapkan pada berbagai media komunikasi visual.



Gambar 4. Analisis Karya Logo
(Sumber: Yoke Anifa, 2026)

Logo dirancang dengan mengadaptasi bentuk tunas kelapa sebagai simbol utama Gerakan Pramuka yang merepresentasikan pertumbuhan, ketangguhan, dan kemampuan beradaptasi. Bentuk tersebut dipadukan dengan unsur tempurung dan akar tunas sebagai simbol kekuatan serta landasan nilai organisasi. Selain itu, terdapat elemen daun kembar, lingkaran, dan siluet manusia yang melambangkan kebersamaan, solidaritas, serta semangat pengabdian yang menjadi karakter UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas.

Logo juga mengadopsi bentuk yang terinspirasi dari gonjong Rumah Gadang sebagai simbol budaya Minangkabau. Penggunaan warna ungu dan kuning emas memperkuat karakter visual organisasi, di mana ungu melambangkan kepemimpinan, loyalitas, dan kebijaksanaan, sedangkan kuning emas merepresentasikan semangat, optimisme, dan harapan. Melalui perpaduan unsur tersebut, logo menghasilkan identitas visual yang lebih sederhana, komunikatif, dan representatif terhadap karakter organisasi.

Maskot



Gambar 5. Hasil Karya Maskot
(Sumber: Yoke Anifa, 2026)

Sebagai bagian dari sistem identitas visual, perancangan ini mengembangkan kembali maskot UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas yang telah ada sebelumnya, yaitu Mamau dan Matra. Kedua maskot tersebut divisualisasikan ulang dengan gaya ilustrasi yang lebih modern, sederhana, dan komunikatif agar selaras dengan identitas visual yang dirancang. Selain itu, maskot dikembangkan dalam berbagai variasi pose dan ekspresi untuk mendukung penerapannya pada berbagai media komunikasi visual.

Mamau dan Matra mengadaptasi karakter Harimau Sumatera sebagai satwa khas Sumatera yang merepresentasikan keberanian, ketangguhan, dan jiwa kepemimpinan yang sejalan dengan nilai-nilai kepramukaan. Kedua karakter juga mewakili satuan putra dan putri dalam Gerakan Pramuka serta mencerminkan kebersamaan dalam organisasi. Penggunaan atribut Pemangku Adat Racana Swarnadwipa pada masing-masing karakter bertujuan untuk memperkuat identitas organisasi sekaligus merepresentasikan keterkaitan antara nilai kepramukaan dan budaya Minangkabau. Melalui pengembangan visual tersebut, Mamau dan Matra dihadirkan sebagai media pendukung yang memperkuat identitas visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas.

Atribut Organisasi



Gambar 6. Penerapan Identitas Visual pada Atribut Organisasi
(Sumber: Yoke Anifa, 2026)

Perancangan atribut organisasi meliputi kemeja PDL, rompi, topi rimba, slayer (*scarf*), dan bendera organisasi yang menerapkan logo serta warna identitas UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas secara konsisten. Penerapan identitas visual pada atribut tersebut bertujuan untuk memperkuat citra organisasi serta meningkatkan kemudahan pengenalan organisasi dalam berbagai kegiatan.

Poster dan X-Banner



Gambar 7. Hasil Karya Poster dan X-Banner
(Sumber: Yoke Anifa, 2026)

Poster dan X-Banner digunakan untuk memperkenalkan identitas visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas. Kedua media menampilkan elemen identitas visual seperti logo, warna identitas, tipografi, maskot Mamau dan Matra, serta informasi singkat mengenai organisasi. Secara visual, poster dan X-Banner menerapkan warna ungu dan kuning emas secara konsisten untuk memperkuat identitas organisasi. Logo ditempatkan sebagai elemen utama, sementara maskot berfungsi sebagai pendukung visual yang memberikan kesan lebih ramah dan komunikatif. Penyajian informasi dibuat ringkas dan terstruktur sehingga memudahkan audiens memahami identitas organisasi. Melalui penerapan elemen-elemen tersebut, poster dan X-Banner berfungsi sebagai media publikasi yang mendukung pengenalan identitas visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas.

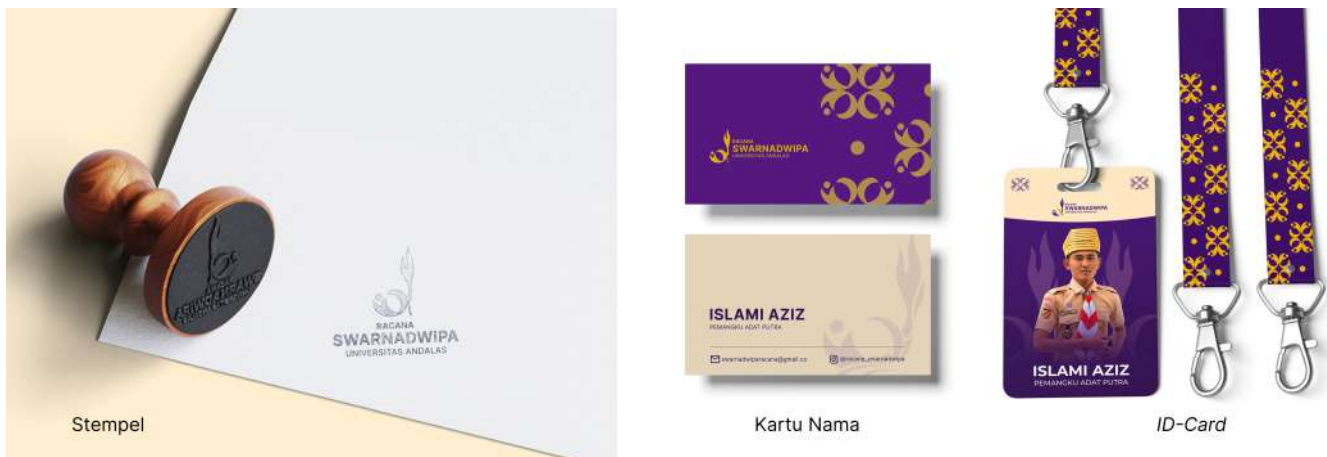
Media Sosial

Perancangan menghasilkan konten media sosial Instagram sebagai media publikasi identitas visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas. Konten menampilkan elemen identitas visual seperti logo, warna identitas, tipografi, maskot Mamau dan Matra, serta informasi organisasi yang disusun secara konsisten. Penggunaan warna ungu dan kuning emas, tipografi sans serif, serta elemen grafis bertema kepramukaan bertujuan untuk membangun kesatuan visual dan memperkuat identitas organisasi pada media digital. Penyajian informasi yang ringkas dan terstruktur juga membantu meningkatkan keterbacaan serta memudahkan audiens mengenali karakter UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas.



Gambar 8. Desain Media Sosial
(Sumber: Yoke Anifa, 2025)

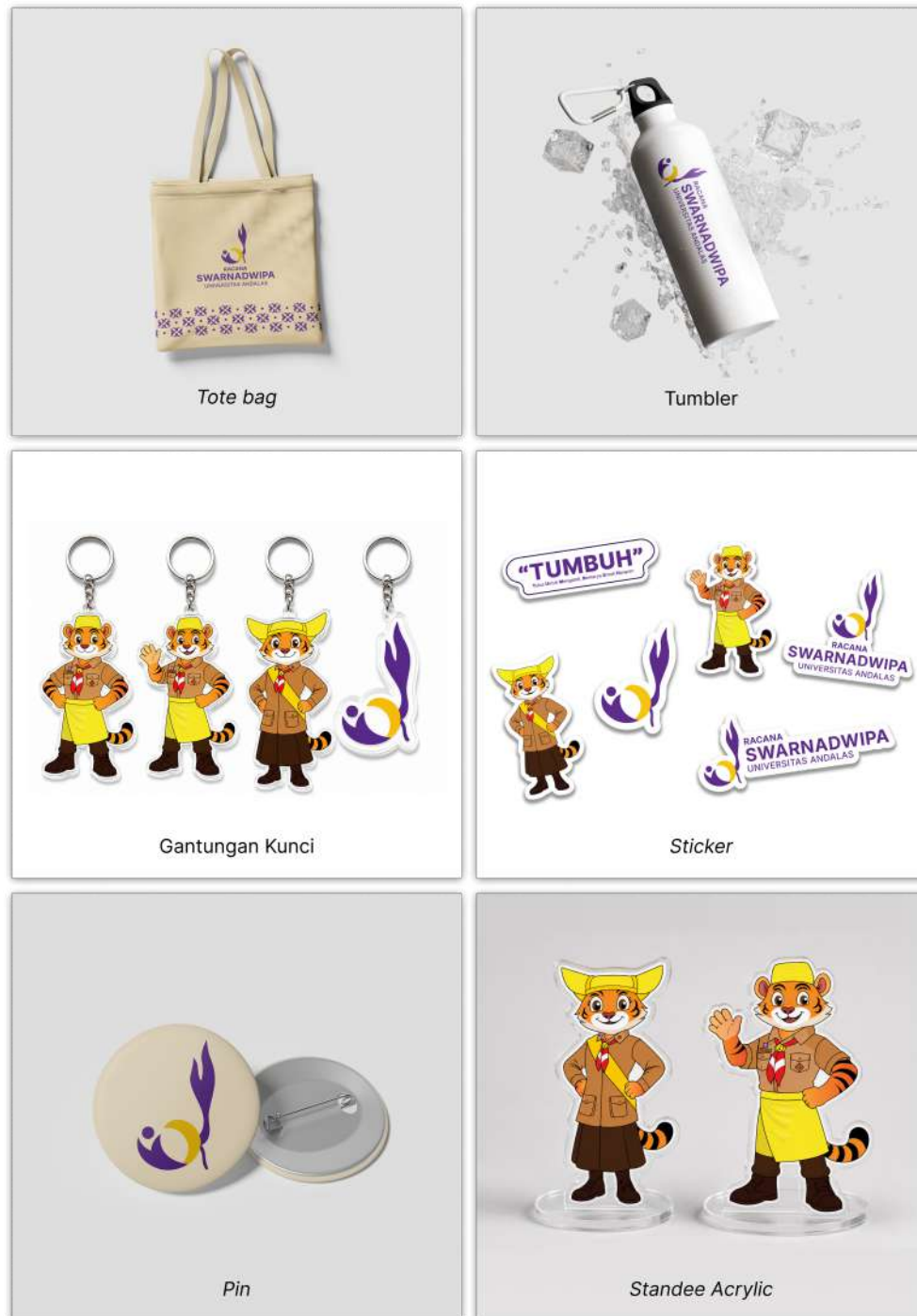
Media Administrasi Organisasi



Gambar 9. Penerapan Identitas Visual pada Media Administrasi Organisasi
(Sumber: Yoke Anifa, 2025)

Perancangan media administrasi organisasi meliputi stempel, kartu nama, dan ID Card yang menerapkan identitas visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas secara konsisten. Ketiga media dirancang untuk mendukung kebutuhan administrasi sekaligus memperkuat identitas organisasi melalui penerapan logo, warna identitas, tipografi, dan elemen grafis yang berasal dari sistem identitas visual.

Secara visual, desain mengutamakan kesederhanaan, keterbacaan, dan kemudahan identifikasi. Logo digunakan sebagai elemen utama pada setiap media, sementara penggunaan warna ungu dan kuning emas membantu menjaga kesatuan visual organisasi. Melalui penerapan identitas visual yang konsisten, media administrasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana administrasi dan identifikasi anggota, tetapi juga sebagai representasi visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas dalam berbagai kegiatan formal maupun organisasi.

Merchandise

Gambar 10. Penerapan Identitas Visual pada *Merchandise*
(Sumber: Yoke Anifa, 2026)

Perancangan merchandise meliputi *tote bag*, *tumbler*, *sticker*, *gantungan kunci*, *pin*, dan *standee acrylic* sebagai media pendukung identitas visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas. Seluruh media menerapkan elemen identitas visual organisasi, seperti logo, logogram, maskot Mamau dan Matra, warna identitas, serta elemen grafis yang dikembangkan dari sistem identitas visual.

Secara visual, merchandise dirancang dengan tampilan yang sederhana, fungsional, dan mudah dikenali melalui penerapan warna ungu, kuning emas, krem, dan putih secara konsisten. Penggunaan logo, logogram, dan maskot bertujuan untuk memperkuat identitas serta karakter organisasi pada setiap media. Melalui penerapan identitas visual yang konsisten, merchandise tidak hanya berfungsi sebagai media pendukung, tetapi juga sebagai sarana promosi yang membantu meningkatkan pengenalan dan representasi visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas.

KESIMPULAN

Redesain identitas visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas dilakukan untuk menghadirkan identitas organisasi yang lebih konsisten, modern, dan mampu merepresentasikan karakter organisasi secara lebih efektif. Perancangan menghasilkan sistem identitas visual yang terdiri atas logo, warna identitas, tipografi, elemen grafis, dan maskot yang dikembangkan berdasarkan nilai-nilai kepramukaan, kebersamaan, pengabdian, serta budaya Minangkabau.

Identitas visual tersebut kemudian diterapkan pada berbagai media pendukung, meliputi atribut organisasi, media promosi, media sosial, media administrasi, dan merchandise. Melalui penerapan identitas visual pada berbagai media, perancangan ini diharapkan dapat menjadi pedoman penggunaan identitas organisasi sehingga tercipta kesatuan visual yang lebih terarah dalam berbagai media komunikasi UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian dan perancangan Redesain Identitas Visual UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas yang telah memberikan izin, data, serta informasi yang dibutuhkan selama proses penelitian dan perancangan.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada para pengurus UKM Pramuka Racana Swarnadwipa Universitas Andalas serta seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam proses pengumpulan data. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing atas arahan, masukan, dan bimbingan yang diberikan selama proses penelitian dan perancangan ini.

Selain itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Padangpanjang yang telah memberikan dukungan akademik selama pelaksanaan penelitian. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga, sahabat, dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta bantuan sehingga penelitian dan perancangan ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arika, Y., & Soewardikoen, D. W. (2014). *Visual identity sebagai representasi identitas organisasi*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Dahiya, R. (2008). *Principles of graphic design*. New Delhi, India: Cyber Tech Publications.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. (2013). *Pedoman organisasi mahasiswa di perguruan tinggi*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2021). *Mendesain logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.