



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 3 (2025) pp: 1451-1462

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Rebranding Logo Komunitas Sablon Screen Grinding Attack (SGA) Lombok dengan Pendekatan Design Thinking

Hidayat Nur Khalis

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Bumigora

holishidayat88@gmail.com

Abstrak

Perubahan identitas visual sering kali menjadi kebutuhan strategis bagi sebuah komunitas yang ingin mempertajam citra dan memperluas daya jangkau komunikasi mereka. Komunitas sablon Screen Grinding Attack (SGA) yang berdiri di Lombok sejak tahun 2017, mengalami ketidakkonsistenan dalam penggunaan logo dan belum memiliki sistem identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter, nilai, serta arah gerakannya secara utuh. Ketidakterpaduan antara pesan visual dan semangat komunitas membuat citra mereka sulit dikenali dan kurang membekas dalam benak audiens. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang logo komunitas SGA agar lebih komunikatif, mudah diingat, dan relevan dengan nilai-nilai kolektif yang dibangun komunitas. Proses perancangan menggunakan pendekatan Design Thinking yang menempatkan pengguna sebagai pusat proses kreatif melalui tahapan empati, perumusan masalah, eksplorasi ide, pembuatan prototipe, dan uji coba visual. Hasil akhir berupa logo baru yang memadukan elemen tetesan tinta, bentuk Pulau Lombok, dan inisial SGA, sekaligus membentuk sistem identitas visual yang fleksibel dan aplikatif. Perancangan ini menunjukkan bahwa identitas visual bukan hanya sekadar simbol grafis, tetapi juga konstruksi makna yang tumbuh dari dialog antara nilai komunitas dan kebutuhan representasi visual. Logo baru yang dihasilkan diharapkan menjadi titik temu antara ekspresi visual dan identitas kolektif komunitas SGA.

Kata kunci: Identitas Visual, Rebranding, Komunitas Sablon, Desain Logo, Design Thinking

1. Latar Belakang

Industri kreatif Indonesia bergerak dalam lintasan perkembangan yang kompleks dan adaptif, menandai pergeseran dari praktik-praktik produksi konvensional menuju wilayah kerja yang memadukan seni, teknologi, dan ekonomi berbasis komunitas [1]. Di antara sekian banyak ranah industri kreatif, sablon atau screen printing menjadi salah satu medium ekspresi yang tidak hanya menyentuh aspek komersial, tetapi juga kultural dan sosial. Menurut Santoso, sablon memiliki keunggulan dalam fleksibilitas teknik dan medium, menjadikannya tetap relevan meskipun teknologi grafika terus berkembang [2]. Kehadiran komunitas sablon turut memperkuat dinamika ini, karena komunitas menjadi ruang belajar bersama, ajang eksperimen, sekaligus medan kolaborasi yang menciptakan nilai-nilai baru dalam produksi visual.

Salah satu komunitas yang lahir dari semangat kolaboratif tersebut adalah Screen Grinding Attack (SGA) di Lombok. Komunitas ini tumbuh sejak 2017 sebagai respon terhadap kebutuhan akan ruang berkumpul yang dapat memfasilitasi pertukaran ide dan penguatan keterampilan sablon lokal [3]. Melalui aktivitas rutin seperti workshop, pameran, dan diskusi, SGA membuka akses kepada pelaku kreatif lokal untuk menjangkau teknik sablon modern maupun tradisional, serta memperkenalkan karya mereka kepada publik yang lebih luas. Aktivitas ini merefleksikan peran komunitas sebagaimana dijelaskan oleh Mualimah, yaitu sebagai kumpulan individu yang memiliki kesamaan nilai dan minat, serta menjalin relasi sosial yang erat dalam upaya mencapai tujuan bersama [4].

Meskipun telah memiliki peran aktif dalam ekosistem sablon lokal, SGA menghadapi persoalan mendasar dalam hal identitas visual. Logo sebagai wajah visual komunitas belum menunjukkan kesinambungan bentuk dan makna yang dapat memperkuat citra SGA di mata audiens. Ketidakkonsistenan penggunaan logo dan tidak adanya panduan visual yang mapan menjadikan citra komunitas sulit dikenali secara luas. Sebagaimana ditegaskan oleh Budiarta identitas visual yang terjaga konsistensinya dapat meningkatkan pengenalan merek, memperkuat keterikatan emosional, dan membedakan satu entitas dari lainnya dalam lanskap visual yang padat [5]. Dalam ranah desain komunikasi visual, logo tidak hanya berfungsi sebagai tanda, tetapi juga sebagai penyampai makna, nilai, serta posisi yang ingin ditegaskan oleh entitas yang bersangkutan [6].

Rebranding Logo Komunitas Sablon Screen Grinding Attack (SGA) Lombok dengan Pendekatan Design Thinking

Upaya pembaruan logo atau rebranding menjadi kebutuhan strategis, bukan semata demi estetika baru, tetapi untuk membangun ulang narasi visual komunitas secara utuh dan berkelanjutan [7]. Branding yang efektif menuntut adanya sistem identitas visual yang mampu menjembatani antara persepsi audiens dan nilai-nilai yang dihidupi oleh organisasi[8]. Dalam kaitan ini, logo menjadi salah satu elemen sentral dalam konstruksi brand identity, yang menurut Kotler dan Pfoertsch terdiri dari nama, simbol, dan slogan yang bersatu membentuk jati diri yang dapat dirasakan secara visual maupun emosional[9]. Oleh karena itu, merancang ulang logo SGA perlu melibatkan proses yang tidak hanya menyoal bentuk, melainkan juga menggali makna, merumuskan pesan kunci, serta merancang strategi komunikasi visual yang sesuai dengan karakter komunitas.

Untuk mencapai hasil yang responsif dan relevan terhadap kebutuhan komunitas, proses perancangan dilakukan melalui pendekatan Design Thinking, sebagaimana diperkenalkan oleh Tim Brown dan David Kelley [6]. Pendekatan ini mengedepankan empati terhadap pengguna, eksplorasi ide secara luas, serta pengujian berulang melalui prototipe. Ghodeswar menilai bahwa pendekatan ini memungkinkan desainer untuk memahami dengan lebih utuh perilaku pengguna dan menghasilkan solusi desain yang tidak hanya kreatif tetapi juga aplikatif. Melalui tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test, pendekatan ini menempatkan pengguna bukan sekadar sebagai objek, melainkan sebagai mitra aktif dalam proses penciptaan visual.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang logo komunitas Screen Grinding Attack (SGA) melalui pendekatan Design Thinking guna membangun identitas visual yang kohesif, komunikatif, dan selaras dengan karakter komunitas sablon di Lombok.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dijalankan melalui pendekatan kualitatif berbasis praktik, dengan menjadikan proses desain sebagai medan pembentukan pengetahuan. Peneliti tidak menempatkan diri sebagai pengamat pasif, melainkan sebagai pelaku aktif dalam membangun solusi visual melalui pengalaman langsung, refleksi terus-menerus, serta keterlibatan dalam dinamika komunitas yang menjadi objek perancangan. Dalam ranah desain komunikasi visual, pendekatan semacam ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya menyusun artefak grafis, tetapi juga memahami lapisan-lapisan makna yang melingkupi proses kreatif dan respons pengguna terhadap karya visual yang dihasilkan.

Untuk merancang ulang logo komunitas *Screen Grinding Attack* (SGA), digunakan metode *Design Thinking* sebagai kerangka kerja. Pendekatan ini dipilih karena memberikan ruang yang luas bagi proses iteratif, kolaboratif, dan berorientasi pada pengalaman pengguna. Alih-alih memulai dari bentuk visual yang sudah jadi, proses dimulai dengan menyelami kehidupan komunitas: bagaimana mereka memahami jati diri kolektif mereka, bagaimana mereka berinteraksi dengan publik, serta bagaimana mereka merepresentasikan nilai-nilai mereka secara simbolik[8]. Upaya ini diwujudkan melalui wawancara langsung dengan pendiri komunitas, observasi terhadap kegiatan mereka, serta dokumentasi visual atas aktivitas, simbol-simbol yang pernah digunakan, dan elemen grafis yang muncul dalam komunikasi komunitas sebelumnya.

Hasil dari tahap penggalian tersebut membuka pemahaman bahwa permasalahan utama bukan terletak pada ketiadaan logo, melainkan pada tidak adanya kesadaran sistematis terhadap pentingnya identitas visual yang berkesinambungan. Logo yang berganti-ganti tanpa landasan visual yang jelas menyebabkan publik mengalami kebingungan, dan komunitas pun kesulitan membangun keterhubungan emosional yang stabil dengan audiens mereka [10]. Dari sinilah, perancangan diarahkan bukan semata pada penciptaan lambang baru, melainkan pada perumusan kembali makna identitas melalui simbol yang mampu merangkum karakter, wilayah, serta aspirasi komunitas sablon di Lombok.

Proses ideasi dilakukan melalui perenungan atas kata kunci yang lahir dari hasil wawancara: “tinta”, “kesatuan”, dan “Lombok”. Tiga kata ini dianggap sebagai benang merah yang merepresentasikan arah gerak SGA. Tinta menunjukkan keterlibatan mereka dalam dunia sablon sebagai praktik artistik; kesatuan menggambarkan semangat kolektif yang menjadi ruh komunitas; dan Lombok menjadi pengingat akar lokalitas yang tidak bisa dipisahkan dari keberadaan mereka. Gagasan visual kemudian digarap menjadi berbagai sketsa, dari bentuk paling kasar hingga versi alternatif yang dievaluasi secara berulang. Setiap garis, warna, dan komposisi ditimbang bukan hanya dari sisi estetika, tetapi juga dari kemampuannya menyampaikan pesan visual yang koheren dan kuat.

Tahap penyusunan prototipe menjadi arena eksplorasi visual di mana seluruh ide dikonversi menjadi representasi grafis. Desain dikembangkan dalam format digital, dilengkapi dengan sistem grid, ruang aman (*clear space*), dan penjabaran warna serta tipografi. Logo kemudian diuji langsung kepada ketua komunitas dan seorang desainer profesional untuk memperoleh umpan balik kritis. Penilaian tidak hanya berfokus pada kemudahan aplikasi teknis, tetapi juga pada kemampuan logo menyampaikan karakter komunitas secara jujur, sederhana, dan mengena.

Evaluasi dari pengguna utama menyebutkan bahwa desain telah mampu menangkap semangat komunitas serta memudahkan mereka dalam menyosialisasikan identitas kepada khalayak yang lebih luas.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Analisis dan Data

Proses perancangan ulang identitas visual komunitas *Screen Grinding Attack* (SGA) diawali dengan upaya memahami karakter komunitas secara mendalam. Sebelum desain dimulai, peneliti menempatkan diri dalam posisi untuk mendengarkan, mengamati, dan mencerp dinamika sosial yang hidup dalam komunitas ini. Melalui serangkaian wawancara, observasi langsung, serta pendokumentasian aktivitas komunitas, terkumpul sejumlah temuan penting yang menjadi landasan konseptual dan visual dalam pengembangan logo baru.

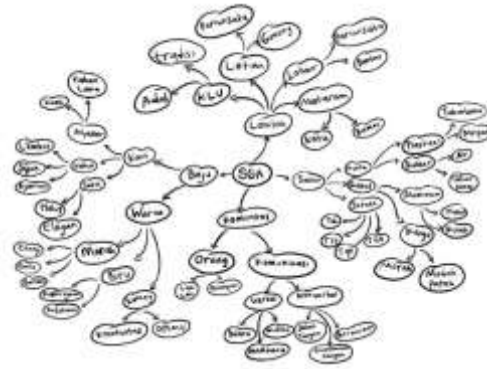
Komunitas SGA didirikan oleh Ardi Ahmad pada tahun 2017 sebagai respon terhadap kebutuhan akan wadah kolaboratif bagi para pelaku sablon di Lombok. Komunitas ini tidak hanya menjadi tempat berkumpulnya para sabloner, tetapi juga menjelma menjadi ruang pembelajaran bersama yang mengedepankan eksplorasi teknik, saling dukung antarpelaku, serta distribusi pengetahuan secara terbuka. Dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan mulai dari pameran hasil karya, workshop, hingga diskusi lintas daerah—SGA berupaya memperkenalkan seni sablon sebagai praktik kreatif yang berakar pada kemandirian dan inovasi. Hal tersebut tercermin dalam keterlibatan mereka mengundang narasumber dari luar daerah, serta dalam semangat keterbukaan yang membuat kegiatan komunitas ini terbuka bagi publik umum, bukan semata pelaku sablon.

Namun demikian, dinamika komunitas yang begitu aktif tidak diimbangi dengan identitas visual yang stabil. Selama bertahun-tahun, logo yang digunakan kerap berubah baik dalam bentuk, warna, maupun gaya. Tidak adanya acuan visual yang konsisten membuat komunitas ini kehilangan pijakan dalam menyampaikan citra dirinya secara utuh. Ketika elemen visual tidak beresonansi dengan nilai dan arah komunitas, maka akan terjadi ketimpangan antara pesan yang ingin dibangun dan kesan yang diterima oleh publik. Hal inilah yang menjadi kegelisahan utama dari proses rebranding yang dilakukan: bagaimana menciptakan simbol yang tidak hanya berfungsi sebagai penanda, tetapi juga sebagai penjaga nilai dan pembawa semangat kolektif komunitas.

Wawancara yang dilakukan dengan pendiri komunitas mengungkapkan keinginan yang kuat untuk memiliki identitas visual yang solid, mudah dikenali, serta memiliki nilai lokal yang khas. Dari percakapan yang berlangsung secara terbuka dan cair, muncul tiga kata kunci yang berulang kali disebut dan ditekankan: *tinta*, *kesatuan*, dan *Lombok*. Ketiganya tidak hadir sebagai konsep abstrak semata, melainkan sebagai elemen yang lahir dari pengalaman kolektif komunitas tinta sebagai lambang proses berkarya, kesatuan sebagai refleksi dari semangat gotong royong, dan Lombok sebagai akar geografis serta budaya tempat komunitas ini tumbuh.

Observasi yang dilakukan di basecamp komunitas memperkuat gambaran tersebut. Lokasi sederhana namun penuh semangat itu menunjukkan bagaimana komunitas tumbuh dari kerja mandiri dan kepercayaan terhadap kekuatan kolektif. Dokumentasi visual dari kegiatan komunitas memperlihatkan penggunaan simbol-simbol visual yang belum tersusun dalam satu sistem terpadu, dan justru memperjelas urgensi untuk membangun pedoman identitas yang lebih tertata. Ketimpangan antara nilai yang dibangun secara sosial dan simbol yang digunakan secara visual menjadi dorongan utama bagi perancang untuk menyusun kerangka desain baru yang lebih representatif.

Hasil analisis dari proses *empathize* dan *define* ini kemudian dituangkan ke dalam *mind mapping*, yang memetakan relasi antara nilai, simbol, dan pesan kunci. Dari peta visual tersebut, disusunlah arah desain yang akan membentuk logo baru SGA. Proses ini tidak hanya menjadi langkah awal menuju representasi visual yang baru, tetapi juga menjadi upaya menyusun ulang narasi komunitas dalam bentuk visual yang lebih jernih, kohesif, dan mudah dikenali oleh khalayak luas.

Gambar 1. *Mind Mapping*

3.1. Konsep Perancangan

Rebranding Logo Screen Grinding Attack diterapkan melalui pendekatan Metode Design Thinking. Metode ini menawarkan proses yang sistematis dengan mengikuti tahapan-tahapan yang terstruktur, sehingga menghasilkan rancangan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang telah ditetapkan. Pada tahap *emphatize* ini adalah tahap pencarian data sasaran (Target Audience) dalam tahap ini penulis mendapatkan hasil wawancara.

Target Audience dari perancangan ini adalah rentang usia yang luas 17 hingga 50 tahun mencakup berbagai tahap kehidupan yang ingin mencari hobi kreatif atau peluang untuk menghasilkan uang (misalnya membuat desain kaos atau merchandise). Target audience berdasarkan kualifikasi Psikografis pada perancangan ini adalah, Pencinta Kreativitas dan Pengusaha Kecil yang dimana mereka ingin mengekspresikan ide-ide kreatif mereka melalui produk sablon, seperti kaos, poster, atau merchandise. Dan ingin mempelajari teknik sablon untuk memulai atau mengembangkan bisnis mereka, serta mencari tips praktis untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi. Pada perancangan ini jenis kelamin dari Target audiencenya adalah Laki Laki Remaja dan Perempuan Remaja hingga Laki-Laki Dewasa dan Perempuan Dewasa.

Pada perancangan ini Target audience berdasarkan kelas ekonominya dibagi menjadi tiga segmen utama yaitu. Kelas menengah ke atas terdiri dari individu dengan daya beli lebih besar, seperti pengusaha dan kreator yang mencari solusi sablon profesional untuk usaha kecil atau produk fashion eksklusif. Mereka lebih tertarik pada kualitas tinggi dan teknik sablon premium untuk branding atau desain eksklusif. Kelas menengah mencakup individu dengan penghasilan rata-rata, seperti pemilik usaha kecil atau UMKM, yang lebih memilih sablon dengan harga terjangkau namun tetap berkualitas baik untuk produk seperti kaos distro atau merchandise custom. Sementara itu, kelas bawah terdiri dari individu dengan penghasilan terbatas yang mencari solusi sablon DIY atau metode yang lebih murah, dengan fokus pada produk sederhana yang dapat diproduksi dengan biaya rendah, seperti kaos atau tas untuk dijual di pasar lokal. Setiap segmen memiliki preferensi dan kebutuhan yang berbeda, dari investasi dalam sablon premium hingga teknik DIY yang lebih hemat biaya.

Setelah melalui tahap *empathize* yang melibatkan observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pendiri komunitas, peneliti mulai merumuskan inti persoalan visual yang dihadapi komunitas *Screen Grinding Attack* (SGA). Proses ini menghasilkan sejumlah gagasan kunci yang kemudian menjadi landasan dalam penyusunan arah desain. Pertama, muncul kebutuhan akan logo yang memiliki tingkat fleksibilitas tinggi. Hal ini penting agar logo dapat diterapkan secara konsisten di berbagai jenis media, baik digital maupun cetak, tanpa kehilangan kekuatan visualnya. Logo yang tidak adaptif berisiko kehilangan kejelasan identitas saat dipakai pada ukuran kecil, format monokrom, atau permukaan yang beragam.

Kedua, aspek daya tarik visual menjadi sorotan penting. Logo ideal tidak cukup hanya fungsional; ia harus mampu menarik perhatian dan menciptakan resonansi emosional dengan audiens. Dalam kasus SGA, logo diharapkan dapat menggambarkan semangat kolektif komunitas sablon sekaligus memberi kesan kuat terhadap karakter lokal yang mereka bangun selama ini. Ketiga, relevansi antara desain visual dan nilai komunitas menjadi prinsip utama. Logo yang baik bukan sekadar lambang, melainkan wujud representasi visual dari seluruh filosofi, visi, dan wilayah tempat komunitas itu berakar. Dalam hal ini, elemen seperti tetesan tinta, bentuk Pulau Lombok, serta inisial "SGA" menjadi simbol utama yang ingin ditonjolkan dalam bentuk visual.

Keempat, muncul pula keinginan agar logo yang dirancang mudah diingat dan dikenali. SGA membutuhkan simbol yang sederhana namun memiliki kekuatan bentuk yang khas. Logo yang memorable tidak hanya

memudahkan audiens dalam mengidentifikasi komunitas, tetapi juga memperkuat keterikatan antara citra visual dan nilai yang diusung.

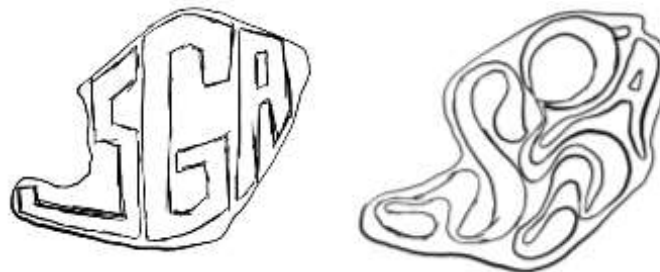
Sebagai bagian dari proses *ideate*, gagasan-gagasan tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk pemetaan visual melalui teknik *mind mapping*. Dari hasil pemetaan ini, ditetapkan tiga unsur utama yang akan membentuk struktur logo: tinta, Pulau Lombok, dan huruf SGA. Tinta dipilih karena melambangkan proses kreatif dan ekspresi yang menjadi inti dari aktivitas sablon. Pulau Lombok dijadikan simbol geografis dan kultural yang menegaskan identitas lokal komunitas. Sementara huruf “SGA” digunakan sebagai penanda langsung terhadap nama komunitas, sekaligus menciptakan ikatan visual yang kuat dengan audiens.

Ketiga unsur tersebut tidak diletakkan secara lepas, melainkan dirancang untuk saling menyatu dalam satu struktur logo yang harmonis, komunikatif, dan dapat mewakili perjalanan komunitas dari akar hingga arah masa depan yang ingin mereka capai.

Membuat prototipe adalah langkah penting dalam mewujudkan ide-ide kreatif menjadi bentuk visual yang dapat dievaluasi secara langsung. Dalam konteks pengembangan logo yang fleksibel, proses ini dapat dibagi menjadi tiga tahap sketsa: kasar, alternatif, dan terpilih.



Gambar 2 Sketsa kasar



Gambar 3 Sketsa alternatif



Gambar 4 Sketsa terpilih

Dalam merancang logo Screen Grinding Attack, strategi komunikasi visual yang efektif sangat penting untuk mencerminkan identitas merek dan menarik perhatian audiens target. Berikut adalah beberapa pendekatan yang dapat diterapkan dalam perancangan Logo :



Gambar 5 Sketsa Logo Terpilih Digitalisasi

Study visual merupakan penyempurnaan sumber visual agar perancangan logo mempunyai acuan dalam membuat rancangan supaya tidak keluar dari konsep yang diinginkan. Konsep perancangan logo dikumpulkan melalui *keyword*, *key message*, dan *mind mapping*.

Study visual akan mengerucut pada sebatas gambar pada perancangan logo yang sudah dan akan dipakai pada perancangan.



Gambar 6 Study Visual

1. Bentuk tetesan tinta

Pada visual logo terdapat bentuk tetesan tinta yang sekaligus membentuk huruf SGA. Dan juga melambangkan komunitas ini bergerak dalam bidang seni atau kreatif

2. Bentuk Pulau Lombok

Bentuk Pulau Lombok tersebut yang mengartikan kalau komunitas ini berada di Lombok dan hanya bergerak di pulau Lombok saja

a. Warna

Pemilihan Warna yang digunakan dalam perancangan logo Screen Grinding Attack (SGA) diambil dari dua warna yaitu : Biru Dan Hitam. Warna Biru menurut (Laura & Luzar, 2011) melambangkan Ketenangan dan kedamaian, dan warna hitam melambangkan Kekuatan, Kewibawaan, dan Elegansi. Warna-warna tersebut menginterpretasikan bahwa Screen Grinding Attack (SGA) Ingin menjadi Komunitas yang menjunjung tinggi perdamaian dan elegansi



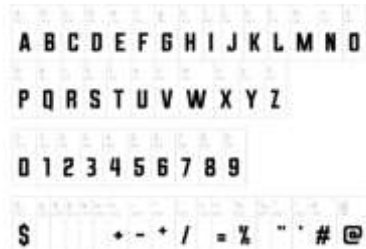
DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2148>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Gambar 7 warna

b. Font

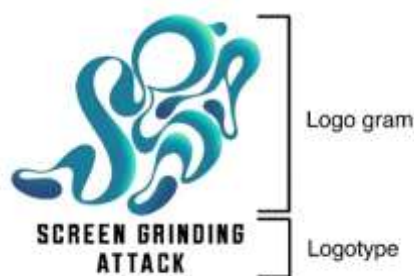
Pemilihan font didasarkan pada pertimbangan bentuk logo itu sendiri, fungsi/ kesesuaian, dan karakter huruf yang digunakan. Berdasarkan pertimbangan font yang digunakan pada perancangan ini yaitu tipografi kami berasal dari 1 jenis font yaitu Highsens



Gambar 8 Font

c. Final Logo dan Komponen Logo

Final logo Screen Grinding Attack (SGA) ini memiliki 2 komponen yang terdiri dari logogram dan logotype



Gambar 9 Final logo dan Komponen Logo

d. Logo In Grid

Logo in grid merupakan pedoman dalam merancang sebuah logo. Fungsi dari grid tersebut merupakan untuk mempermudah pembuatan logo. Grid yang baik bukan berdasarkan ukuran dalam skala cm/mm dsb, akan tetapi menggunakan sebuah unit. Tujuannya agar logo tetap konsisten apabila di implementasikan ke media lain



Gambar 10 Logo In Grid

e. Clear Space Area

Clear space area merupakan pedoman dalam menentukan batas area objek yang selain logo didalam area tersebut. Tujuan pembuatan pedoman ini supaya memberikan jarak minimal bagian atas, bawah, kiri, dan kanan logo dari objek lain.



Gambar 11 Clear Space Area

f. Logo Hitam Putih

Logo hitam putih merupakan sebuah logo yang di desain menggunakan satu warna, baik hitam maupun putih. Logo Temen Ngopi berwarna hitam putih atau sebaliknya digunakan untuk kebutuhan cetak dengan tinta hitam.



Gambar 12 Logo Hitam Putih

g. Logo Standar

Penentuan standar logo brand identity dimulai dari yang regular size hingga ukuran main icon Secara ukuran teknis identitas ini disarankan untuk tidak diperkecil lagi karena akan menghilangkan kemudahan untuk dilihat dan dibaca dari jarak tertentu.

Reguler Size



Minimum Size

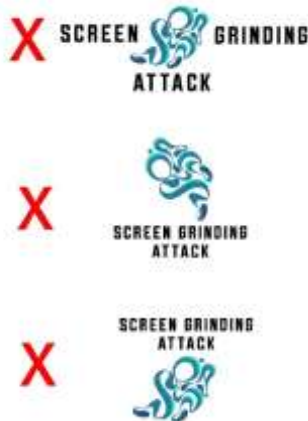
Main Icon



Gambar 13 Logo Standard



h. Incorrect Used



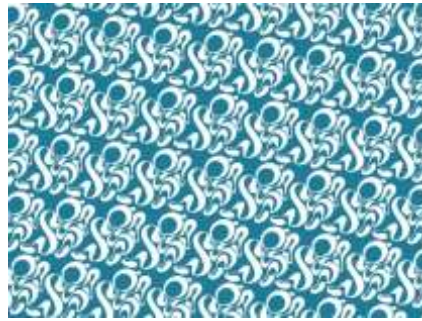
Gambar 14 incorrect Used

i. Strategi jenama



Gambar 15 strategi jenama

j. Pattern



Gambar 16 patten

Tahap test diuji dengan meminta tanggapan kepada Ketua Komunitas Screen Grinding Attack (SGA) dan juga seorang yang bekerja dibidang desain berkaitan tentang branding logo atau rebranding (ahli).

Ketua Screen Grinding Attack (SGA) beranggapan bahwa logo saat ini sudah mampu menggambarkan identitas dan pesan yang ingin disampaikan oleh Komunitas mereka. Logo tersebut juga dinilai sesuai dengan konsep visual yang diharapkan

Tanggapan dari ahli desain bahwa logo yang baik harus memiliki keselarasan dan keseimbangan, terutama dalam penggunaan warna, tipografi, dan pola. Logo Screen Grinding Attack (SGA) dinilai telah memenuhi kriteria tersebut dengan baik, menciptakan harmoni dalam elemen-elemen desainnya. Namun, tetap penting untuk memperhatikan proporsi dan komposisi logo saat diterapkan pada berbagai media.

Media utama dalam perancangan ini menggunakan identitas visual berupa GSM (Graphic Standar Manual) yang merupakan suatu upaya sebagai pedoman atau aturan dalam penggunaan logo atau identitas visual yang telah dibuat dengan tujuan untuk menjaga keseragaman identitas dari logo, Graphic Standar Manual ini berisikan tentang aturan Logo, pemilihan Jenis Font, Layout, dan segala elemen yang digunakan oleh brandd guna membangun identitas yang kuat, pedoman ini digunakan agar tidak keluar dari jalur atau identitas brandnya.

Media Pendukung

a. Baju



Gambar 17 baju

b. Pin



Gambar 18 pin

c. Id Member



Gambar 19 id member

d. Totebag



Gambar 20 totebag

4. Kesimpulan

Proses perancangan ulang logo komunitas *Screen Grinding Attack* (SGA) memperlihatkan bahwa desain bukan sekadar hasil visual, melainkan refleksi mendalam atas nilai, relasi sosial, dan harapan kolektif yang hidup dalam sebuah komunitas. Ketika komunitas tumbuh secara organik dan menjalankan perannya dalam mendorong semangat kolaborasi, edukasi, dan ekspresi kreatif seperti yang dilakukan SGA di Lombok, maka kebutuhan akan identitas visual yang utuh dan otentik menjadi semakin mendesak. Pergantian logo secara sporadis dan ketiadaan sistem visual yang terpadu sebelumnya telah menyebabkan terputusnya kesinambungan citra komunitas di mata publik. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan simbol tidak hanya terletak pada bentuknya, melainkan pada kemampuannya menjembatani pengalaman, nilai, dan aspirasi bersama. Melalui pendekatan *Design Thinking*, perancangan dilakukan dengan menjadikan komunitas sebagai mitra aktif dalam proses penciptaan. Setiap tahap mulai dari penggalian empati, perumusan masalah, pencarian gagasan, pembuatan prototipe, hingga uji coba dilalui dengan keterlibatan nyata dari para pelaku utama komunitas. Desain yang dihasilkan tidak semata-mata berangkat dari imajinasi visual perancang, tetapi dari pengamatan terhadap kehidupan komunitas, hasil percakapan yang terbuka, dan pengujian yang memberi ruang pada kritik maupun apresiasi. Logo baru yang lahir dari proses ini memadukan elemen-elemen yang merepresentasikan tinta sebagai simbol kreativitas, Pulau Lombok sebagai

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2148>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

penanda lokalitas, dan inisial SGA sebagai afirmasi identitas kolektif. Hasil akhirnya bukan hanya berupa lambang visual, tetapi juga sistem identitas yang dapat diterapkan secara konsisten, dikenali dengan mudah, dan dimaknai secara mendalam oleh anggota komunitas maupun publik yang mereka jangkau. Dengan demikian, rebranding logo SGA tidak hanya memperbaiki tampilan luar komunitas, tetapi juga memperkuat posisi simbolik mereka dalam lanskap industri sablon lokal—sebagai entitas yang terorganisasi, komunikatif, dan terbuka terhadap masa depan.

Referensi

- [1] E. I. Permatasari, S. A. Rahmadianto, and A. A. Sukmaraga, “PERANCANGAN LOGO DAN DESAIN KEMASAN COOKYE COOKIES SEBAGAI IDENTITAS VISUAL,” *Sainsbertek J. Ilm. Sains Teknol.*, vol. 2, no. 1, 2021, doi: 10.33479/sb.v2i1.116.
- [2] D. Santoso, *Sejarah dan Perkembangan Teknik Sablon di Indonesia*. Yogyakarta: Andi Publisher, 2020.
- [3] Y. Safanayong, *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia, 2006.
- [4] H. Muallimah, “KAJIAN PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI AISAS TERHADAP PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL,” *Kreat. J. Karya Tulis, Rupa, Eksp. dan Inov.*, vol. 3, no. 02, 2021, doi: 10.53580/files.v3i02.30.
- [5] I. G. M. Budiarta, N. N. S. Witari, and L. B. Sutrisno, “Penerapan Elemen Tipografi Pada Desain Logo Karya Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Rupa dalam Kuliah Desain Komunikasi Visual,” *J. Pendidik. Seni Rupa Undiksha*, vol. 13, no. 1, 2023, doi: 10.23887/jjpsp.v13i1.60973.
- [6] Y. Yulius and E. Pratama, “Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual,” *Besaung J. Seni Desain dan Budaya*, vol. 6, no. 2, 2021, doi: 10.36982/jsdb.v6i2.1720.
- [7] A. Listya and Y. Rukiah, “VISUAL BRANDING PRODUK BELIMBING OLAHAN UMKM DEPOK MELALUI DESAIN LOGO,” *Desain Komun. Vis. Manaj. Desain dan Periklanan*, vol. 3, no. 02, 2018, doi: 10.25124/demandia.v3i02.1548.
- [8] E. Umilia, “Eksplorasi Desain Logo Kawasan Edu Wisata Herbal Batu,” *Sewagati*, vol. 6, no. 5, 2022, doi: 10.12962/j26139960.v6i5.104.
- [9] B. Yuwono, S. Tinggi, S. Rupa, D. Desain, and V. Indonesia, “Perancangan Redesan Logo LPI Salsabila dengan Mengaplikasikan Prinsip Gestalt,” *J. AKSA*, vol. 5, no. 1, pp. 732–742, 2021, [Online]. Available: <http://aksa.stsrdvisi.ac.id>
- [10] F. D. Sucipto, R. Yuda, R. S. Wijaya, and M. Ghifari, “Buku Ajar Pengantar Desain Komunikasi Visual,” *Pengantar Desain Komun. Vis.*, 2021.