



## Perancangan identitas visual kelurahan Duri Kepa berbasis data lapangan melalui pendekatan *design thinking* dalam mendukung komunikasi visual publik

Tisa Putrinda\*<sup>1</sup>, Irma Damayantie<sup>2</sup>, Erwin Rezasyah<sup>2</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual<sup>1</sup>, Program Studi Desain Interior<sup>2</sup>,  
Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul  
(Jalan Arjuna Utara no.9, Kebon Jeruk, Jakarta 11510, Indonesia)

\*Correspondence author: [tisa.putrinda@esaunggul.ac.id](mailto:tisa.putrinda@esaunggul.ac.id)

Received:

04/04/2026

Final Revision:

21/04/2026

Accepted:

26/04/2026



This work is  
licensed under a  
[CC-BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

### Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual Kelurahan Duri Kepa berbasis data lapangan melalui pendekatan *design thinking*. Latar belakang penelitian ini adalah belum adanya sistem identitas visual yang dapat menggambarkan karakter wilayah, nilai lokal, dan peran kelurahan dalam komunikasi publik. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan tahapan *design thinking* yang meliputi *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan survei terhadap masyarakat serta pihak kelurahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan berbasis data lapangan mampu mengidentifikasi elemen kunci identitas wilayah, meliputi nilai sosial budaya, karakter lingkungan, dan persepsi masyarakat, yang kemudian diterjemahkan ke dalam sistem identitas visual yang terstruktur. Proses *design thinking* yang dilakukan secara bertahap menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna penting untuk menghasilkan identitas visual yang sesuai dengan kondisi wilayah dan mudah dipahami. Temuan ini menunjukkan bahwa perancangan identitas visual wilayah tidak hanya merupakan proses estetis, tetapi juga melibatkan pemahaman terhadap kondisi sosial dan budaya yang digunakan dalam komunikasi visual publik. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian identitas visual wilayah dengan menekankan pentingnya pendekatan berbasis data dan partisipasi pengguna, serta memberikan kerangka konseptual yang dapat digunakan sebagai acuan dalam perancangan identitas visual wilayah dengan pendekatan serupa.

**Kata kunci:** identitas visual, *design thinking*, komunikasi visual publik, *place branding*

### Abstract.

*This study aims to design the visual identity of Duri Kepa Urban Village based on field data using a design thinking approach. The background of this research is the absence of a visual identity system that can represent the area's characteristics, local values, and the role of the village in public communication. The method used is a qualitative approach with design thinking stages consisting of empathize, define, ideate, prototype, and test. Data collection was carried out through field observations, interviews, and surveys involving the community and village officials. The results show that a field data based approach is able to identify key elements of regional identity, including socio-cultural values, environmental characteristics, and community perceptions, which are then translated into a structured visual identity system. The step by step process of design thinking indicates that user involvement plays an important role in producing a visual identity that fits the local conditions and is easy to understand. These findings show that designing a regional visual identity is not only an aesthetic process, but also involves understanding social and cultural conditions in public visual communication. This study contributes to the development of regional visual identity studies by emphasizing the importance of data-driven approaches and user participation, and by providing a conceptual framework that can be used as a reference for similar visual identity design projects.*

**Keywords:** visual identity, *design thinking*, public visual communication, *place branding*

## Pendahuluan

Kajian identitas visual dalam Desain Komunikasi Visual selama ini didominasi oleh konteks komersial dan institusi formal, seperti *corporate branding*, *brand* produk, serta *city branding* dalam skala kota. Dalam kerangka tersebut, identitas visual dipahami tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai media komunikasi strategis yang mampu menyampaikan nilai, visi, dan karakter suatu entitas (Wheeler, 2017). Melalui perancangan visual yang tepat, sebuah *brand* tidak hanya “terlihat baik”, tetapi juga mampu menyampaikan cerita, membangun kepercayaan, serta menciptakan makna yang relevan (Sihombing, 2025, hlm. 187). Dalam konteks *place* atau *city branding*, identitas visual berperan penting dalam membangun diferensiasi dan memperkuat pengenalan suatu kota di tengah masyarakat, karena elemen visual yang konsisten dan bermakna mampu menciptakan citra yang mudah dikenali serta mencerminkan karakter dan daya tarik wilayahnya (Putri & Sunarharum, 2024).

Dalam konteks wilayah perkotaan, identitas visual menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi dan pengembangan citra wilayah. Identitas visual yang dirancang secara tepat dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat serta memperkuat representasi budaya lokal di ruang publik (Zenker & Braun, 2017). Selain itu, pengelolaan citra wilayah yang baik juga berkontribusi terhadap pembentukan persepsi positif masyarakat terhadap lingkungan tempat tinggalnya (Kavaratzis, 2015). Namun demikian, pendekatan-pendekatan tersebut cenderung berfokus pada skala makro dan kepentingan promosi wilayah sehingga identitas visual lebih banyak diposisikan sebagai alat representasi citra daripada sebagai medium komunikasi sosial dan kontekstual.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya keterbatasan dalam kajian identitas visual pada level wilayah administratif yang lebih kecil, seperti kelurahan. Pada level ini, identitas visual tidak hanya berfungsi sebagai simbol representatif, tetapi juga sebagai bagian dari praktik komunikasi sehari-hari yang berinteraksi langsung dengan masyarakat. Keterbatasan kajian ini menunjukkan belum adanya kerangka yang mampu menerjemahkan potensi lokal, dinamika sosial, dan kebutuhan pengguna ke dalam desain identitas visual secara sistematis. Dengan kata lain, *research gap* dalam penelitian ini tidak hanya terletak pada objek kajian, tetapi juga pada absennya model pendekatan yang mampu mengintegrasikan konteks lokal dan partisipasi pengguna dalam proses perancangan.

Selain itu, perancangan identitas visual masih didominasi pendekatan *top-down*, sehingga keputusan desain lebih banyak ditentukan oleh desainer atau institusi. Kondisi ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dalam proses perancangan masih belum optimal. Dalam konteks ini, *design thinking* menjadi relevan karena menawarkan kerangka berpikir berbasis *human centred design* yang menekankan pemahaman terhadap pengalaman dan kebutuhan pengguna sebagai titik awal dalam perancangan (Rivera, Romero & Maddison, 2025). Pendekatan ini melibatkan tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* untuk menghasilkan solusi yang inovatif dan aplikatif (Liedtka, 2018), serta terbukti efektif dalam mengembangkan solusi desain yang berorientasi pada pengguna dan kontekstual (Micheli et al., 2019). Namun demikian, penerapan *design thinking* dalam perancangan identitas visual wilayah administratif skala mikro masih terbatas, khususnya dalam mengembangkan proses yang mampu mentransformasikan data lapangan menjadi sistem identitas visual yang terstruktur.

Kelurahan Duri Kepa di Jakarta Barat menjadi konteks studi dalam penelitian ini. Berdasarkan observasi awal terhadap berbagai media komunikasi visual resmi seperti papan informasi, dokumen administratif, dan media publikasi ditemukan adanya inkonsistensi dalam penggunaan elemen visual, seperti logo, warna, dan tipografi. Selain itu, belum terdapat sistem identitas visual yang terdokumentasi secara formal, sehingga komunikasi visual yang dilakukan cenderung tidak terarah dan belum mampu merepresentasikan karakter serta potensi wilayah secara utuh. Kondisi ini juga menunjukkan bahwa fungsi identitas visual sebagai media komunikasi visual publik antara pihak kelurahan dan masyarakat belum berjalan secara optimal. Kondisi ini menunjukkan urgensi

perancangan sistem identitas visual yang tidak hanya konsisten, tetapi juga kontekstual dan berbasis pada kebutuhan pengguna, baik aparat kelurahan maupun masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini merumuskan pertanyaan penelitian: bagaimana proses perancangan sistem identitas visual pada tingkat kelurahan yang mampu mengintegrasikan potensi lokal dan kebutuhan pengguna melalui pendekatan *design thinking* secara sistematis?

Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual Kelurahan Duri Kepa melalui pendekatan *design thinking*. Secara konseptual, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas pemahaman mengenai identitas visual wilayah pada level mikro sebagai praktik komunikasi yang partisipatif dan kontekstual. Secara metodologis, penelitian ini menawarkan pendekatan perancangan yang mampu mentransformasikan data lapangan berupa potensi lokal dan pengalaman pengguna ke dalam sistem identitas visual yang terstruktur. Dengan demikian, kebaruan (*novelty*) penelitian ini tidak hanya terletak pada objek kajian, tetapi pada integrasi pendekatan *design thinking* dalam menghasilkan model perancangan identitas visual berbasis konteks lokal. Hasil penelitian ini berupa sistem identitas visual yang terdokumentasi dalam *Graphic Standard Manual* (GSM) serta memberikan kontribusi pada pengembangan metode perancangan identitas visual yang lebih kontekstual dan partisipatif.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi *research-through-design*, yaitu pendekatan yang menempatkan proses perancangan sebagai bagian dari produksi pengetahuan. Kerangka kerja yang digunakan adalah *design thinking* yang terdiri dari lima tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Chou, 2018), yang berfungsi sebagai metode operasional dalam pengembangan solusi desain. Pendekatan ini dipilih untuk menghasilkan identitas visual yang tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga berbasis pada analisis kebutuhan komunikasi publik Kelurahan Duri Kepa secara kontekstual.

Pada tahap *empathize*, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam secara langsung di kantor Kelurahan Duri Kepa serta didukung oleh studi dokumentasi. Informan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria memiliki peran dalam pengelolaan atau komunikasi kelurahan serta memahami karakter wilayah. Informan meliputi sekretaris kelurahan, staf kelurahan, masyarakat setempat, pelaku UMKM, serta pengurus organisasi lokal.

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan durasi 30-60 menit menggunakan panduan pertanyaan yang berfokus pada kebutuhan komunikasi visual, persepsi terhadap identitas wilayah, serta fungsi representasi visual institusi. Data hasil wawancara kemudian dipahami dengan membandingkan pandangan antar-informan serta dikaitkan dengan dokumentasi media komunikasi kelurahan yang telah ada sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kebutuhan identitas visual.

Tahap *define* merupakan proses pengolahan dan penyederhanaan data hasil wawancara untuk menemukan inti permasalahan. Data yang telah dikumpulkan diseleksi dan dikelompokkan berdasarkan kesamaan makna, kemudian dikategorikan ke dalam beberapa tema seperti nilai lokal, karakter wilayah, dan kebutuhan komunikasi. Hasil pengelompokan tersebut selanjutnya dirumuskan menjadi temuan utama (*insight*), yang menjadi dasar dalam penyusunan *problem statement* dan *design brief* sebagai arah perancangan identitas visual. Interpretasi hasil analisis dilakukan dengan mempertimbangkan konteks komunikasi visual publik agar tetap relevan dengan fungsi dan kebutuhan kelurahan.

Pada tahap *ideate*, pengembangan konsep dilakukan melalui *brainstorming* dan *mind mapping* untuk menghasilkan berbagai alternatif ide visual. Alternatif konsep yang dihasilkan kemudian diseleksi berdasarkan kesesuaian dengan *problem statement*, kemampuan merepresentasikan nilai lokal, kejelasan pesan visual, serta relevansi terhadap kebutuhan komunikasi publik. Proses seleksi dilakukan oleh peneliti untuk menjaga konsistensi analitis.

Tahap *prototype* merupakan proses perwujudan konsep terpilih ke dalam sistem identitas visual yang lebih konkret, meliputi logo, warna, tipografi, dan elemen grafis pendukung. Hasil perancangan kemudian disusun dalam bentuk *Graphic Standard Manual* (GSM) sebagai pedoman implementasi identitas visual secara konsisten pada berbagai media komunikasi kelurahan.

Tahap *test* dilakukan dengan melibatkan pemangku kepentingan utama, yaitu pihak Kelurahan Duri Kepa yang terdiri dari administrator/operator kelurahan, mantan sekretaris kelurahan, serta pengurus PKK. Evaluasi dilakukan secara daring melalui aplikasi pesan (*WhatsApp*) dengan memberikan *Graphic Standard Manual* (GSM) dalam format PDF sebagai stimulus visual. Pengumpulan data dilakukan menggunakan lima pertanyaan terstruktur yang mencakup aspek keterbacaan visual, kejelasan makna, kesesuaian dengan karakter wilayah, relevansi terhadap kebutuhan komunikasi, serta daya tarik desain. Respons yang diperoleh dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi pola umpan balik sebagai dasar interpretasi hasil evaluasi.

Penelitian ini dibatasi hingga tahap *test*, ketika *prototype* identitas visual yang telah dihasilkan dievaluasi untuk memperoleh tanggapan pemangku kepentingan. Penelitian ini tidak mencakup tahap iterasi desain sehingga hasil evaluasi tidak digunakan untuk melakukan penyempurnaan desain, melainkan sebagai bagian dari temuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai pengumpul data utama, analis, sekaligus pengambil keputusan desain sehingga seluruh proses berada dalam kontrol metodologis yang terstruktur dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

## Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa permasalahan utama di Kelurahan Duri Kepa bukan hanya belum adanya elemen visual, tetapi belum adanya sistem identitas visual yang konsisten dan dapat digunakan sebagai media komunikasi publik. Hasil observasi memperlihatkan bahwa penggunaan elemen visual pada berbagai media kelurahan masih beragam dan belum terstruktur. Sementara itu, hasil wawancara menunjukkan bahwa identitas visual belum dimanfaatkan secara optimal untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal ini mengindikasikan bahwa identitas visual dalam konteks kelurahan tidak hanya berfungsi sebagai penanda administratif, tetapi juga sebagai media komunikasi yang menjembatani hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Sejalan dengan Yassierli et al. (2023), pendekatan *design thinking* menekankan pentingnya memahami kebutuhan pengguna untuk menghasilkan solusi yang relevan sehingga dalam penelitian ini digunakan untuk menghubungkan data lapangan dengan pengembangan desain.

Temuan lapangan memperlihatkan tiga hal utama. Pertama, adanya kebutuhan akan media visual yang mampu menyampaikan informasi publik dengan jelas dalam kegiatan dan layanan kelurahan. Kedua, budaya lokal, khususnya budaya Betawi, masih kuat dirasakan oleh masyarakat, namun belum terlihat dalam bentuk identitas visual yang jelas. Ketiga, masyarakat cenderung menyukai tampilan visual yang modern dan cerah. Kondisi ini menunjukkan adanya tantangan dalam menggabungkan unsur tradisional dan modern, sehingga desain tidak bisa hanya menampilkan simbol budaya secara langsung, tetapi perlu diolah kembali melalui pendekatan visual yang lebih sederhana dan relevan.

Proses pengumpulan data melibatkan berbagai pihak, seperti aparat kelurahan, tokoh masyarakat dan warga setempat, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kegiatan pengumpulan data melalui wawancara: (a) diskusi dengan aparaturn Kelurahan Duri Kepa, (b) wawancara dengan tokoh masyarakat, (c) wawancara warga setempat  
 Sumber: Dokumentasi peneliti, 2025

Gambar 1 menunjukkan bahwa data diperoleh dari berbagai sudut pandang, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih menyeluruh. Dari data tersebut terlihat bahwa kebutuhan utama identitas visual tidak hanya untuk menunjukkan identitas wilayah, tetapi juga untuk membantu penyampaian informasi publik secara lebih efektif. Hal ini sejalan dengan konsep *city branding* yang menekankan pentingnya elemen visual dalam membangun identitas dan citra wilayah (Putri & Ikaputra, 2025). Berdasarkan analisis, pengguna utama dari identitas visual ini adalah aparaturn kelurahan sebagai penyampai informasi dan masyarakat sebagai penerima informasi.

Hasil wawancara kemudian dianalisis untuk menemukan pola kebutuhan desain. Proses ini dilakukan dengan mengelompokkan data ke dalam tema-tema utama (Braun & Clarke, 2019).

Tabel 1. Analisis Hasil Wawancara Pihak Kelurahan, tokoh masyarakat, dan warga Duri Kepa

Kelompok Data	Temuan Utama	Makna / Interpretasi	Implikasi terhadap Desain
Aparatur Kelurahan	Identitas visual belum konsisten pada media komunikasi	Belum ada sistem identitas yang terstruktur	Perlu sistem identitas visual yang konsisten dan standar penggunaan
Aparatur Kelurahan	Kebutuhan media komunikasi publik yang informatif	Identitas visual harus mendukung penyampaian informasi	Desain harus bersifat komunikatif dan mudah dipahami
Masyarakat	Budaya Betawi masih kuat dalam aktivitas sehari-hari	Identitas lokal masih hidup di masyarakat	Stilasi unsur budaya Betawi sebagai elemen visual utama
Masyarakat	Karakter kampung kota yang dinamis dan modern	Perpaduan tradisi dan urbanitas	Gaya visual modern dengan sentuhan lokal
Masyarakat	Simbol lokal seperti pohon/ buah Kepa sebagai identitas historis	Ada akar sejarah wilayah	Elemen visual berbasis simbol lokal (abstraksi/ikonisasi)
Masyarakat	Aktivitas sosial dan UMKM aktif	Identitas terbentuk dari interaksi sosial	Pendekatan human-centered dalam visual
Masyarakat	Tidak terdapat landmark dominan	Identitas tidak berbasis bangunan fisik	Fokus pada aktivitas dan masyarakat, bukan objek fisik
Tokoh Masyarakat	Lingkungan sosial yang ramah dan inklusif	Interaksi sosial tinggi	Gaya visual humanis dan komunikatif
Tokoh Masyarakat	Preferensi visual cerah dan modern	Harapan visual yang lebih segar	Penggunaan warna cerah, kontras, dan modern
Tokoh Masyarakat	Kebutuhan rasa aman dan keterbacaan informasi	Fungsi komunikasi sangat penting	Desain harus jelas, terbaca, dan terpercaya

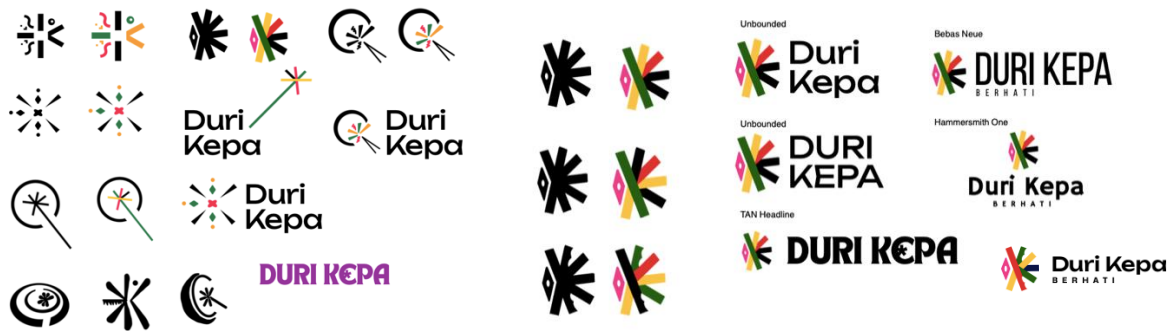
Dari Tabel 1. terlihat bahwa kebutuhan identitas visual mencakup tiga hal yang saling berkaitan, yaitu komunikasi publik, representasi budaya, dan citra wilayah. Selain itu, data juga menunjukkan bahwa identitas wilayah lebih banyak terbentuk dari aktivitas sosial masyarakat dibandingkan dari objek fisik. Hal ini membuat pendekatan desain lebih berfokus pada karakter masyarakat (*human-centered*).





Gambar 3. Visualisasi keywords menjadi sketsa icon  
 Sumber: Afnida, 2025; dokumentasi peneliti




Selanjutnya, dilakukan eksplorasi bentuk logo secara digital.



Gambar 4. Alternatif logo digital  
 (Sumber: Afnida, 2025; dokumentasi peneliti)

Beberapa alternatif desain dibandingkan untuk menentukan desain yang paling sesuai, sebagaimana dirangkum pada Tabel 3.

Tabel 3. Perbandingan pilihan alternatif logo

Alternatif	Kelebihan	Kekurangan	Keputusan
A 	Mewakili budaya	Terlalu tradisional	Tidak dipilih
B 	Modern	Kurang identitas lokal Lebih abstrak	Tidak dipilih
C 	Seimbang antara budaya dan modern	Penuh warna	Dipilih

Pemilihan desain dilakukan dengan mempertimbangkan keseimbangan antara unsur budaya dan tampilan modern. Proses ini juga sejalan dengan penelitian Bender-Salazar (2023) yang menekankan pentingnya eksplorasi ide dalam *design thinking*. Hasil desain akhir kemudian dikembangkan menjadi sistem identitas visual lengkap. konsep keterhubungan dan kebersamaan masyarakat diwujudkan melalui komposisi bentuk yang saling terintegrasi, yang merepresentasikan

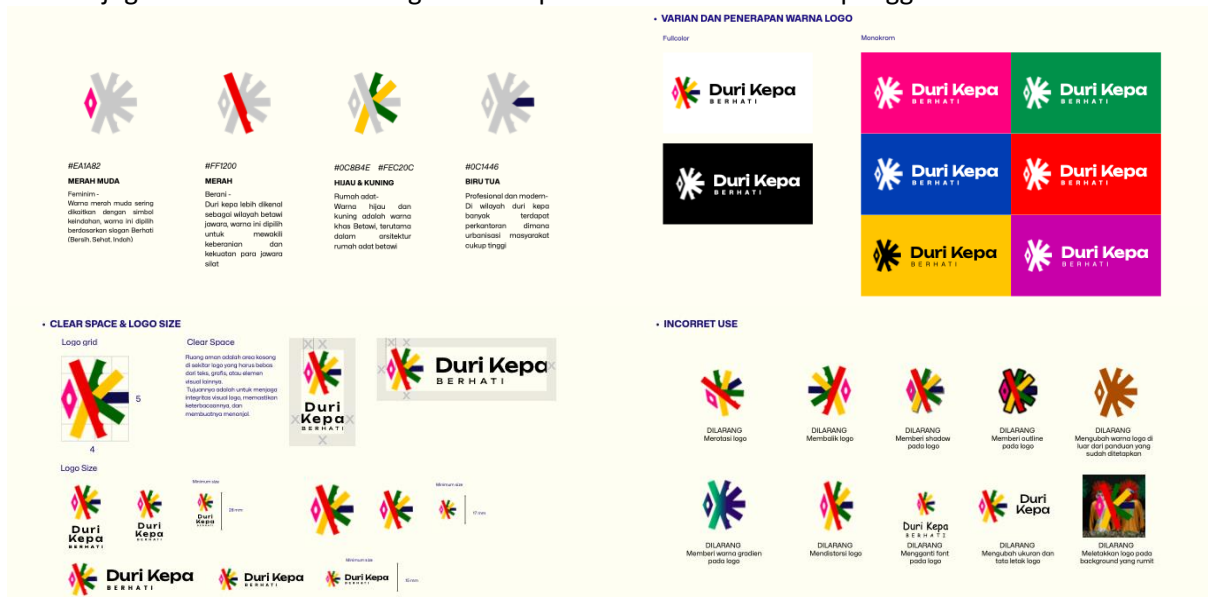
dinamika sosial warga. Simbol lokal wilayah juga diadaptasi dalam bentuk yang lebih abstrak agar tetap dapat diterapkan secara fleksibel pada berbagai media komunikasi.

Dengan demikian, makna yang muncul pada logo bukan merupakan interpretasi sepihak, tetapi merupakan hasil proses desain yang berbasis data lapangan dan disederhanakan melalui tahapan *design thinking*. Sejalan dengan Ramadhan & Firdausiah (2024), sistem identitas visual yang baik harus mampu menjaga konsistensi sekaligus fleksibilitas agar dapat diterapkan pada berbagai konteks komunikasi publik.



Gambar 5. Graphic standard manual dan makna logo  
 Sumber: Afnida, 2025; dokumentasi peneliti

Penyusunan pedoman ini bertujuan agar identitas visual dapat digunakan secara konsisten dalam berbagai media (Ramadhan & Firdausiah, 2024). Namun, penggunaan bentuk yang cukup abstrak juga menimbulkan tantangan dalam pemahaman makna oleh pengguna.

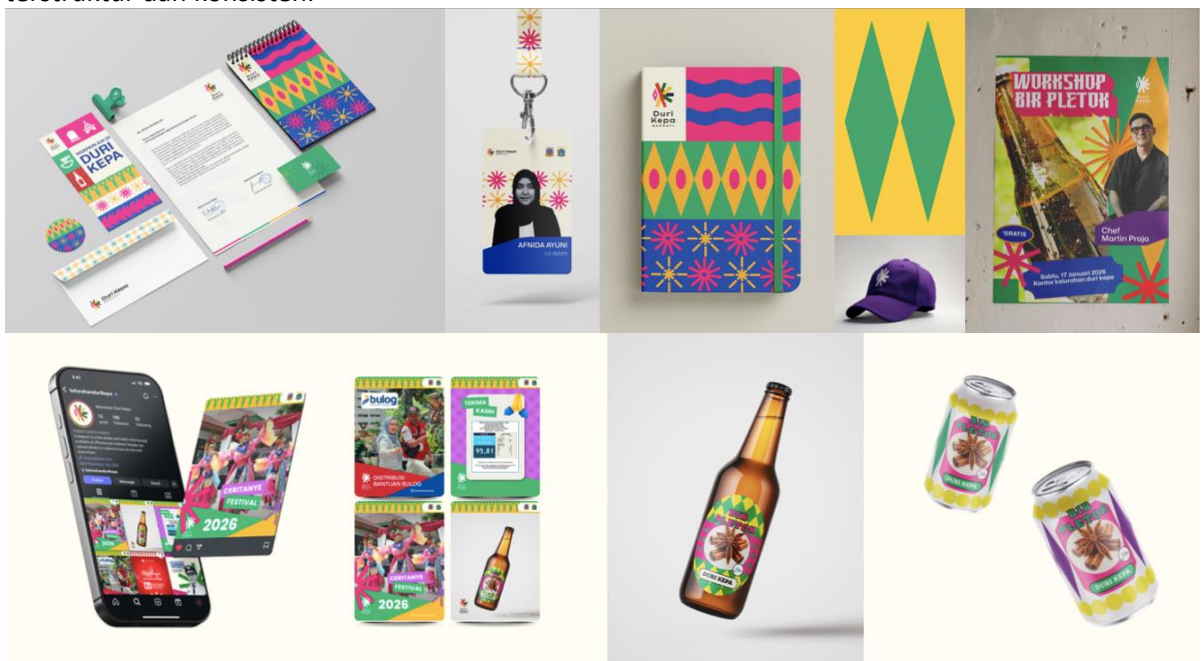


Gambar 6. Warna, clear space dan *incorrect use*  
 Sumber: Afnida, 2025; dokumentasi peneliti



Gambar 7. Tipografi dan icon  
Sumber: Afnida, 2025; dokumentasi peneliti

Kedua gambar tersebut menunjukkan bahwa identitas visual dirancang sebagai sistem yang terstruktur dan konsisten.



Gambar 8. Aplikasi berbagai media  
Sumber: Afnida, 2025; dokumentasi peneliti

Penerapan pada media dilakukan berdasarkan kebutuhan komunikasi publik, seperti media informasi dan sosialisasi.





Gambar 9. Sign system

Sumber: Afnida, 2025; dokumentasi peneliti

*Sign system* berfungsi membantu penyampaian informasi di ruang publik sekaligus memperkuat identitas wilayah. Dengan demikian, identitas visual tidak hanya berfungsi sebagai simbol, tetapi juga sebagai media komunikasi yang digunakan secara langsung.



Gambar 11. Displai karya pameran

Sumber: Afnida, 2025; dokumentasi peneliti

Dokumentasi pameran pada Gambar 11. merepresentasikan tahap uji *prototype* berupa *final artwork* desain sehingga karya dapat dinilai keterbacaan, ukuran, kesesuaian ukuran, warna dan elemen visual lainnya.

Evaluasi desain dilakukan melalui respons pengguna, yang dirangkum pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil evaluasi pengguna

Responden	Representasi	Keterbacaan	Fungsi	Catatan
Sekretaris Lurah	Sesuai	Jelas	Sesuai	Sangat baik
Operator lurah	Belum sepenuhnya mewakili	Jelas	Sesuai	Perlu elemen buah kepa
PKK	Sesuai	Jelas	Sesuai	Positif

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa desain sudah cukup jelas dan dapat digunakan untuk kebutuhan komunikasi. Namun, masih terdapat masukan terkait representasi simbol buah kepa yang belum terlihat secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan bentuk yang terlalu abstrak dapat mempengaruhi pemahaman pengguna.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan identitas visual berbasis data lapangan melalui pendekatan *design thinking* dapat menghasilkan desain yang tidak hanya sesuai dengan karakter wilayah, tetapi juga dapat digunakan sebagai media komunikasi publik. Namun,

penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada jumlah responden evaluasi yang terbatas, sehingga diperlukan pengujian lebih lanjut pada penggunaan nyata di lapangan.

## Simpulan

Penelitian ini membahas perancangan identitas visual Kelurahan Duri Kepa melalui pendekatan design thinking yang dilaksanakan secara sistematis melalui tahapan *empathize, define, ideate, prototype, dan test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan berbasis data lapangan memungkinkan peneliti mengidentifikasi kebutuhan utama pengguna, yaitu perlunya sistem identitas visual yang konsisten untuk mendukung komunikasi visual publik, serta representasi nilai sosial budaya dan karakter wilayah. Temuan ini juga menunjukkan bahwa identitas visual pada konteks kelurahan tidak hanya berfungsi sebagai penanda administratif, tetapi juga sebagai media komunikasi yang digunakan dalam interaksi antara pihak kelurahan dan masyarakat.

Proses perancangan menghasilkan sistem identitas visual yang disusun berdasarkan temuan lapangan, mencakup unsur budaya lokal, karakter lingkungan kampung kota, serta kebutuhan komunikasi yang informatif dan mudah dipahami. Hasil akhir berupa logo dan *Graphic Standard Manual* (GSM) menunjukkan bahwa data lapangan dapat ditransformasikan menjadi sistem visual yang terstruktur dan aplikatif pada berbagai media komunikasi publik. Namun demikian, hasil evaluasi pengguna masih bersifat awal dan terbatas pada jumlah responden sehingga temuan mengenai keterbacaan dan representasi simbol masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada konteks penggunaan yang lebih luas.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan *design thinking* berbasis data lapangan dapat digunakan untuk merancang identitas visual yang sesuai dengan kebutuhan komunikasi publik pada tingkat kelurahan. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada skala validasi dan cakupan evaluasi pengguna, sehingga belum dapat digeneralisasikan untuk konteks wilayah lain. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan dengan cakupan responden yang lebih luas serta pengujian implementasi jangka panjang untuk memperkuat efektivitas sistem identitas visual yang dihasilkan.

## Referensi

- Bender-Salazar, R. (2023). Design thinking as an effective method for problem-setting and needfinding for entrepreneurial teams addressing wicked problems. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12, Article 24. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00291-2>
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589–597. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1628806>
- Chou, D. C. (2018). Applying design thinking method to social entrepreneurship project. *Computer Standards & Interfaces*, 59, 34–40. <https://doi.org/10.1016/j.csi.2018.03.003>
- Kavaratzis, M., & Kalandides, A. (2015). Rethinking the place brand: The interactive formation of place brands and the role of participatory place branding. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 47(6), 1368–1382. <https://doi.org/10.1177/0308518X15594918>
- Liedtka, J. (2018). Why design thinking works. *Harvard Business Review*, 96(5), 72–79.
- Micheli, P., Wilner, S. J. S., Bhatti, S. H., Mura, M., & Beverland, M. B. (2019). Doing design thinking: Conceptual review, synthesis, and research agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 36(2), 124–148. <https://doi.org/10.1111/jpim.12468>
- Nagai, Y., & Noguchi, H. (2003). An experimental study on the design thinking process started from difficult keywords: Modeling the thinking process of creative design. *Journal of Engineering Design*, 14(4), 429–437.

- Putri, M. N. F. N., & Ikaputra, I. (2025). Tinjauan literatur: Peran bangunan ikonik dalam strategi city branding. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 21(4), 516–528. <https://doi.org/10.14710/pwk.v21i4.71539>
- Putri, M. N. F. N., & Sunarharum, A. (2024). Kajian keterkaitan setting fisik dan identitas kota dalam konteks *city branding*. *Jurnal Teknik Indonesia*, 3(1), 1–15.
- Ramadhan, G. B., & Firdausiah, R. A. (2024). Pendekatan metode *design thinking* dalam perancangan inovasi produk. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 3(3), 918–928. <https://doi.org/10.21776/jki.2024.03.3.25>
- Rivera, E., Romero, V., & Maddison, R. (2025). Human-centred design thinking: A novel tool for co-creation in physical activity research. *Health Research Policy and Systems*, 23, Article 149. <https://doi.org/10.1186/s12961-025-01409-6>
- Sihombing, D. (2025). *Brand + branding: Esensi dan signifikansi*. Afterhours Books.
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). Wiley.
- Yassierli, Y., Syakir, A. Y., Arvingtyas, E., & Karang, G. (2023). *Design Thinking: Perangkat Inovasi Ergonomis*. PT Remaja Rosdakarya.
- Zenker, S., & Braun, E. (2017). Questioning a "one size fits all" city branding strategy. *International Place Branding and Public Diplomacy*, 13(1), 1–19. <https://doi.org/10.1057/s41254-016-0026-8>