



Analisis Kebutuhan dalam *Redesign* Identitas Visual PHD (Pernakan Hijau Daun) Nusantara Kabupaten Trenggalek

Ghani Rahman Hadiid^{1*}, Pungky Febi Arifianto², Bayu Setiawan³

¹⁻³Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

Email: ghaniirahman36@gmail.com¹, pungkyarifianto.dkv@upnjatim.ac.id², bayusetiawan.dkv@upnjatim.ac.id³

*Penulis Korespondensi: ghaniirahman36@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the need for redesigning the visual identity of PHD (Pernakan Hijau Daun) Nusantara as an effort to strengthen the brand image as an arts and culture-based educational tourism destination. The problems underlying this research are the inconsistent visual identity, the lack of representation of the brand's character, and the low level of audience recognition of PHD Nusantara. The research methods used include observation, interviews, and questionnaires. The results of the analysis indicate several main factors that form the basis for the need for redesign, namely the inconsistency of visual elements, the weak strength and readability of the logo, the inconsistency of the visual identity with the character of the destination, and the suboptimal visual experience of the audience at various interaction points. Based on these findings, it can be concluded that the development of a more consistent, communicative, and characteristic visual identity is needed as a basis for the redesign process. The results of this study are expected to be a reference in redesigning a visual identity that can strengthen the image of PHD Nusantara and increase its appeal to the audience.*

Keywords: *Media Analysis; PHD Nusantara; Tourism; Trenggalek; Visual Identity Redesign.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan dalam *redesign* identitas visual PHD (Pernakan Hijau Daun) Nusantara sebagai upaya memperkuat citra merek sebagai destinasi wisata edukasi berbasis seni dan budaya. Permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini adalah identitas visual yang belum konsisten, kurang merepresentasikan karakter merek, serta rendahnya tingkat pengenalan audiens terhadap PHD Nusantara. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil analisis menunjukkan adanya beberapa faktor utama yang menjadi dasar kebutuhan *redesign*, yaitu ketidakkonsistenan elemen visual, lemahnya kekuatan dan keterbacaan logo, ketidaksesuaian identitas visual dengan karakter destinasi, serta belum optimalnya pengalaman visual audiens pada berbagai titik interaksi. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa diperlukan pengembangan identitas visual yang lebih konsisten, komunikatif, dan berkarakter sebagai landasan dalam proses *redesign*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam *redesign* identitas visual yang mampu memperkuat citra PHD Nusantara serta meningkatkan daya tarik bagi audiens.

Kata Kunci: Analisis Media; PHD Nusantara; Redesign Identitas Visual; Trenggalek; Wisata.

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang sangat dinamis dan berperan penting dalam pembangunan suatu daerah maupun suatu negara. Perkembangan teknologi memudahkan wisatawan mengakses informasi destinasi wisata dari mana saja. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara kepulauan yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang menjadi komponen penting yang menjadi peluang dalam sektor pariwisata di Indonesia. Jumlah perjalanan wisatawan di Indonesia pada tahun 2024 dari bulan Januari-Juli sebesar 1.021.084.031 jiwa (BPS, 2024).

Salah satu daerah yang memiliki potensi besar di sektor pariwisata adalah Kabupaten Trenggalek. Dengan luas sebesar 1.261,40 Km², Kabupaten Trenggalek memiliki berbagai obyek wisata yang berpotensi untuk dikembangkan. Salah satunya yaitu PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara yang terletak di RT 39 RW 10 Desa Malasan, Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek dengan luas sekitar 5.500 meter persegi. Tempat ini menawarkan konsep wisata berbeda dengan lainnya, yaitu berupa wisata rekreasi dan juga wisata edukasi yang bernuansa Jawa-Bali. Dalam pariwisata, salah satu strategi yang bisa dilakukan yaitu menciptakan sesuatu yang berbeda dan mudah diingat oleh wisatawan (Hasdian & Setiyorini, 2017). Sehingga bisa menjadi keunikan dan keunggulan tersendiri untuk bersaing dengan tempat wisata lain.

Menurut Bapak Dwi selaku *manager* PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara dalam wawancara (Oktober 2025), destinasi wisata ini dibangun dan berdiri pada tahun 2020 dengan nama PHD Edufarm. PHD yaitu singkatan dari Pternakan Hijau Daun yang merupakan wisata edukasi peternakan kambing dan domba. Karena terus berkembang dan bertambahnya jumlah pengunjung, peternakan dipindah ke Kabupaten Karanganyar. Kemudian PHD Edufarm berganti nama menjadi PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara, dan berubah menjadi wisata edukasi yang berorientasi pada pelestarian seni, budaya, adat dan toleransi tinggi antar umat beragama.

Dalam dunia pariwisata, identitas visual memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan citra suatu destinasi. Identitas visual berperan dalam merepresentasikan nilai emosional suatu *brand* yang diwujudkan melalui penggunaan elemen desain seperti logo, warna, garis, dan tipografi yang diterapkan secara konsisten (Wheeler dalam Nanda et al., 2025). Elemen-elemen tersebut dipadukan menjadi sistem identitas visual (Herlina et al., 2025). Identitas visual yang kuat dan terstruktur dapat meningkatkan pengenalan merek yang lebih mudah serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap layanan atau produk yang ditawarkan. Identitas visual tidak hanya berfungsi sebagai penanda, tetapi juga sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan karakter, nilai, serta keunikan sebuah destinasi wisata.

Namun, dalam implementasinya, identitas visual yang dimiliki oleh PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara masih belum didukung oleh sistem penerapan yang konsisten dan terintegrasi. Penerapan identitas yang dimaksud oleh Rustan adalah visualisasi secara konsisten dari setiap media yang digunakan (Rustan dalam Ariffudin, 2018). Melalui observasi (Oktober 2025), elemen visual yang digunakan belum seragam serta penerapan identitas yang belum konsisten pada berbagai media. Kondisi tersebut menyebabkan pesan yang ingin disampaikan menjadi kurang jelas dan belum mampu membangun citra yang kuat di benak pengunjung.

Konsistensi dalam tampilan identitas mampu mencerminkan profesionalitas serta komitmen suatu entitas, sehingga dapat meningkatkan kesadaran merek dan membentuk citra positif (Rustan dalam Rinaji, 2020). Ketidakkonsistenan dalam penggunaan elemen visual dapat membuat citra brand melemah dan sulit diingat oleh publik (Arshellino, 2025). Media yang digunakan juga belum sepenuhnya mendukung penyampaian identitas visual secara optimal, baik dari segi pemilihan jenis media maupun kesesuaian dengan karakteristik audiens.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa diperlukan suatu pendekatan yang lebih menyeluruh dalam proses perancangan ulang identitas visual. Tidak hanya berfokus pada estetika, tetapi juga pada pemahaman terhadap kebutuhan visual dan strategi komunikasi yang tepat. Dalam hal ini, analisis kebutuhan dalam *redesign* identitas visual menjadi tahap penting untuk mengidentifikasi berbagai aspek yang diperlukan, seperti kebutuhan elemen visual, sistem identitas, serta media implementasi yang sesuai dengan karakteristik PHD (Peternakan Hijau Daun) Nusantara sebagai destinasi wisata edukasi berbasis seni dan budaya.

Analisis kebutuhan ini juga berperan dalam menentukan arah perancangan identitas visual yang lebih terstruktur dan strategis, sehingga mampu menciptakan konsistensi dalam penerapan visual di berbagai media. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kebutuhan dalam *redesign* identitas visual PHD (Peternakan Hijau Daun) Nusantara. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam merancang identitas visual yang lebih efektif, komunikatif, dan sesuai dengan karakter destinasi.

2. KAJIAN TEORITIS

Pariwisata

Pariwisata dimaknai sebagai suatu perjalanan yang dilakukan secara berulang atau berkeliling, dari satu tempat ke tempat lainnya (Pitanatri, 2020). Pariwisata pada dasarnya merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia akan kebutuhan hiburan, baik secara rohani maupun jasmani, setelah menjalani aktivitas kerja. Selain itu, pariwisata juga didukung oleh kemampuan ekonomi seseorang untuk mengunjungi satu tempat ke tempat lainnya baik di dalam negeri maupun ke luar negeri.

Identitas Visual

Identitas visual merupakan representasi visual dari suatu *brand* yang berfungsi untuk membentuk citra dan persepsi di benak audiens. Identitas visual merupakan representasi citra dalam bentuk logo beserta elemen turunannya yang mencerminkan nilai, karakteristik, serta visi dan misi suatu perusahaan (Kurniansyah, M. A., & Oemar, 2021). Citra tersebut berfungsi sebagai pembeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Keunikan karakter yang

ditampilkan juga menjadi faktor penguat agar perusahaan lebih mudah dikenali oleh masyarakat luas. Identitas visual yang konsisten mencerminkan profesionalitas suatu entitas sekaligus meningkatkan kesadaran merek dan citra positif.

Redesign Identitas Visual

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia *redesign* merupakan istilah yang diambil dari Bahasa Inggris yang biasa disebut dengan *redesain*, yaitu proses perancangan ulang. Istilah ini mengacu pada kegiatan menyusun kembali desain suatu produk, bangunan, atau sistem yang sudah ada. Tujuan dari *redesain* adalah untuk memperbaiki kualitas, meningkatkan fungsi, serta menyempurnakan nilai estetika dari desain sebelumnya agar lebih relevan dengan kebutuhan dan perkembangan masa kini. *Redesign* merek adalah suatu pendekatan perancangan yang bertujuan untuk meningkatkan *brand image* (Zahra et al., 2024). Proses *redesign* tidak hanya melibatkan perubahan visual secara estetis, tetapi juga mempertimbangkan aspek strategis seperti positioning, nilai brand, serta karakteristik target audiens.

Elemen Identitas Visual

Elemen identitas visual merupakan komponen utama yang membentuk keseluruhan tampilan suatu merek. Bagian dari *identitas visual* sendiri dapat berupa logo, warna, layout khas, arsitektur, nama, seragam, dan lain-lain (Nursyifani, 2024). Keberhasilan identitas visual tidak hanya ditentukan oleh kualitas masing-masing elemen, tetapi juga oleh bagaimana elemen-elemen tersebut disusun dalam suatu sistem yang konsisten. Sistem identitas visual mencakup aturan penggunaan elemen visual, seperti ukuran, proporsi, warna, serta tata letak yang diatur dalam sebuah panduan identitas (*Graphic Standard Manual*). *Graphic Standard Manual* membantu menjaga integritas desain dan menghindari interpretasi yang tidak sesuai (Nugraha et al., 2024).

Media Implementasi Identitas Visual

Komunikasi visual berperan dalam menyampaikan pesan serta memberikan gambaran melalui elemen-elemen visual (Febi Arifianto, 2020). Media implementasi merupakan sarana untuk menerapkan identitas visual ke dalam berbagai bentuk komunikasi, baik media cetak maupun digital. Media ini antara lain berupa *signage*, media promosi, media sosial, hingga merchandise. Media visual memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan komunikasi kepada audiens secara efektif (Kustandi et al., 2021). Pemilihan media yang tepat akan menentukan keberhasilan penyampaian identitas visual, karena setiap media memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda. Dalam konteks pariwisata, penggunaan media yang beragam dan terintegrasi menjadi penting untuk menciptakan pengalaman visual yang konsisten bagi pengunjung.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode campuran (*mixed methods*), yaitu berupa kualitatif dan kuantitatif. Penelitian *mixed methods* melibatkan proses pengumpulan, analisis, serta penggabungan data dari kedua pendekatan tersebut untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap permasalahan penelitian (Vebrianto et al., 2020). Metode kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data deskriptif berupa kata, perilaku, dan makna yang diperoleh dari kondisi alamiah. Sementara itu, metode kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dalam bentuk angka. Teknik pengumpulan data pada metode kualitatif dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi literatur. Sedangkan pada metode kuantitatif, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

Observasi

Observasi dilakukan pada bulan Oktober 2025 dengan datang secara langsung ke lokasi PHD (Pernakan Hijau Daun) Nusantara yang ada di Dusun Lotekol, Desa Malasan, Kabupaten Trenggalek. Tujuan dari observasi ini yaitu untuk melihat kondisi destinasi wisata PHD (Pernakan Hijau Daun) Nusantara dan mengetahui identitas visual serta implementasinya.

Wawancara

Wawancara dilakukan pada Oktober 2025 dengan manager operasional PHD (Pernakan Hijau Daun) Nusantara yaitu Bapak Dwi Siswanto Bimoseno. Melalui wawancara dengan Bapak Dwi, data yang dikumpulkan difokuskan pada topik seputar sejarah PHD Nusantara, identitas visual yang sudah ada, dan media implementasinya.

Kuesioner

Kuesioner dilakukan untuk mendukung urgensi permasalahan terkait dengan identitas visual PHD (Pernakan Hijau Daun) Nusantara yang sudah ada. Kuesioner ditujukan kepada masyarakat Trenggalek dan luar Trenggalek yang disebarakan pada bulan November 2025. Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui sejauh apa pengetahuan audiens tentang PHD (Pernakan Hijau Daun) Nusantara serta penggunaan identitas visual apakah sudah efektif.

Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendukung data primer yang telah diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Selain itu, studi ini juga berfungsi sebagai dasar teori dalam penelitian. Sumber yang digunakan dalam studi literatur meliputi berbagai media, seperti artikel jurnal, skripsi, buku, serta situs yang terpercaya. Studi literatur ini dimanfaatkan untuk

memperkuat pemahaman terhadap identitas visual dan PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fokus luaran dalam penelitian ini adalah menghasilkan rumusan kebutuhan dalam *redesign* identitas visual PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara yang mampu merepresentasikan karakter sebagai destinasi wisata edukasi, seni, dan budaya di Kabupaten Trenggalek. *Redesign* identitas visual ini didasarkan pada hasil analisis yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan analisis data yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan merangkum data secara sistematis (Sofwatillah, 2024). Analisis ini berfokus pada penyajian fakta atau kondisi apa adanya berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Melalui proses ini, dapat dipahami bagaimana audiens memandang identitas visual PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara serta elemen visual apa saja yang dinilai kurang efektif.

PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara

Destinasi wisata PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara merupakan salah satu taman wisata buatan yang ada di Kabupaten Trenggalek. Didirikan di tanah seluas 5.500 meter persegi yang beralamat di RT 39 RW 10 Dusun Lotekol Desa Malasan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek.



Gambar 1. Kolam Renang dan Bangunan Candi di PHD Nusantara.

Sumber: dokumen PHD Nusantara

Keunggulan utama PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara terletak pada konsep arsitektur dan lanskap yang memadukan nuansa Jawa dan Bali, dengan keberadaan elemen khas seperti pendopo, gazebo, dan candi padmasana yang memperkuat identitas budaya nusantara. Fasilitas yang disediakan meliputi area taman bermain, kolam renang, kafe & resto, pusat oleh-oleh, serta rumah batik. Adapun program-program utama PHD Nusantara yaitu wisata edukasi, rumah seni & budaya, rumah kreatif, dan rumah toleransi.

Identitas Visual PHD Nusantara

PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara sendiri sudah memiliki identitas visual berupa nama, logo, *tagline*, warna, tipografi dan media implementasi. Identitas visual mencakup elemen seperti logo, warna, tipografi, serta pola desain yang diterapkan secara konsisten (Meylina, 2024). Logo PHD Nusantara merupakan perpaduan *logograph* dan *logotype* berupa tulisan PHD Nusantara dan gambar kambing. *Tagline* PHD Nusantara yaitu Wisata Edukasi, Seni, dan Budaya. *Tagline* ini menggambarkan bagaimana PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara sebagai tempat wisata rekreasi dan edukasi.



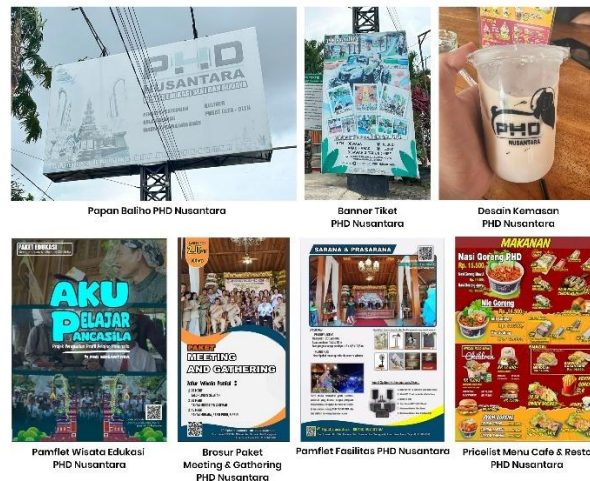
Gambar 2. Logo PHD Nusantara.

Sumber: dokumen PHD Nusantara

Analisis Hasil Observasi

Hasil observasi menunjukkan bahwa identitas visual destinasi wisata PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara masih belum kuat dan belum mampu merepresentasikan karakter destinasi secara optimal. Hal ini terlihat dari beberapa poin berikut:

- a. Logo yang ditampilkan belum mencerminkan identitas dan karakter destinasi wisata PHD Nusantara secara jelas.
- b. Penerapan identitas visual pada berbagai media masih belum konsisten, sehingga menimbulkan perbedaan tampilan antar media.
- c. Tampilan media sosial belum seragam dan belum mengacu pada pedoman identitas visual yang terstruktur.



Gambar 3. Media Implementasi PHD Nusantara.

Sumber: Dokumen Pribadi

Berdasarkan hasil observasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa identitas visual PHD Nusantara masih belum mampu merepresentasikan karakter destinasi secara optimal. Ketidakkonsistenan dalam penerapan elemen visual serta kurangnya kejelasan pada logo menyebabkan pesan visual yang disampaikan menjadi kurang efektif dan sulit membangun citra yang kuat di benak audiens.

Analisis Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Operasional PHD (Peternakan Hijau Daun) Nusantara, Bapak Dwi Siswanto Bimoseno, diperoleh beberapa poin penting sebagai berikut:

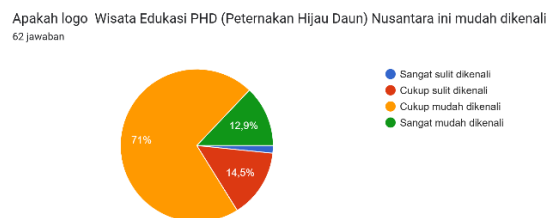
- a) PHD Nusantara dipandang positif oleh masyarakat dan berkembang konsisten sejak beralih menjadi wisata edukasi berbasis seni dan budaya, serta dinilai sebagai destinasi yang unik dan edukatif.
- b) Kendala yang dihadapi adalah saat event berlangsung, tulisan “PHD Nusantara” pada logo kurang terbaca, sehingga audiens lebih mengenali gambar kambing dibandingkan nama PHD Nusantara.
- c) Identitas visual belum diterapkan secara konsisten, penggunaan logo dan elemen visual pada media implementasi masih terbatas dan tidak selalu ditampilkan.
- d) Manager operasional mendukung *redesign* identitas visual PHD (Peternakan Hijau Daun) Nusantara.
- e) Manager operasional ingin tampilan yang lebih menarik dengan menambahkan kesan kultur kedalam identitas visual.

Hasil wawancara menunjukkan meskipun PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara memiliki citra positif di masyarakat, identitas visual yang ada belum mampu mendukung penyampaian informasi secara maksimal. Permasalahan keterbacaan logo dan ketidakkonsistenan penerapan visual menjadi masalah utama, sehingga diperlukan perancangan ulang yang lebih terarah dan sesuai dengan karakter destinasi.

Analisis Hasil Kuesioner

Data kuesioner diperlukan untuk memperoleh data mengenai urgensi *redesign* destinasi wisata PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara. Dari kuesioner tersebut diperoleh beberapa poin penting sebagai berikut:

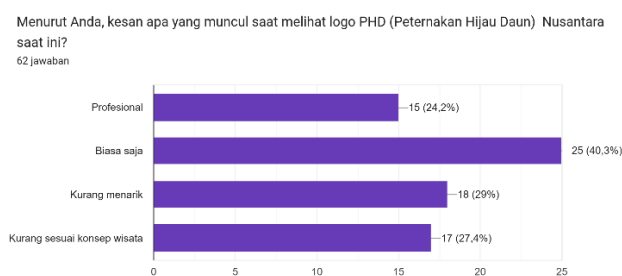
- 1) Mayoritas responden 71% menilai logo PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara cukup mudah dikenali, namun masih ada 14,5% yang menganggapnya cukup sulit dikenali.



Gambar 4. Diagram Kuesioner 1.

Sumber: Dokumen Pribadi

- 2) Mayoritas responden 40,3% menilai logo PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara biasa saja, sementara sebagian lainnya menganggap kurang menarik dan kurang sesuai konsep wisata, dan hanya 24,2% menilainya profesional.

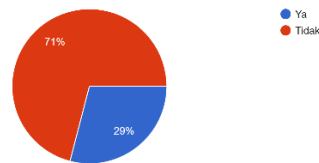


Gambar 5. Diagram Kuesioner 2.

Sumber: Dokumen Pribadi

- 3) Sebagian besar responden 71% menilai logo PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara belum mencerminkan nuansa Jawa–Bali, menunjukkan ketidaksesuaian antara identitas visual dan karakter budaya destinasi.

Menurut Anda, apakah logo saat ini mencerminkan konsep nuansa Jawa-Bali?
62 jawaban

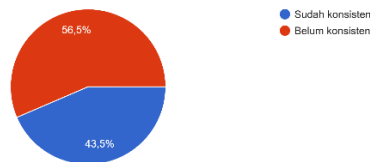


Gambar 6. Diagram Kuesioner 3.

Sumber: Dokumen Pribadi

- 4) Mayoritas responden menilai logo dan desain di media implementasi belum konsisten, dengan 56,5% responden menilai belum konsisten dan 43,5% menilai sudah konsisten.

Apakah sudah konsisten menurut Anda tampilan logo dan desain pada berbagai media pendukung PHD (Peternakan Hijau Daun) Nusantara?
62 jawaban

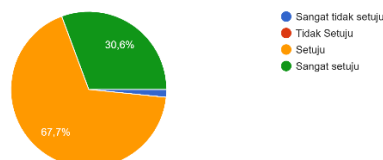


Gambar 7. Diagram Kuesioner 4.

Sumber: Dokumen Pribadi

- 5) Mayoritas responden menunjukkan dukungan kuat terhadap *redesign* identitas visual, dengan 67,7% menyatakan setuju dan 30,6% sangat setuju.

Apakah Anda setuju jika rebranding dilakukan untuk memperkuat citra PHD (Peternakan Hijau Daun) Nusantara sebagai wisata edukasi budaya?
62 jawaban



Gambar 8. Diagram Kuesioner 5.

Sumber: Dokumen Pribadi

Berdasarkan data kuesioner, dapat disimpulkan bahwa identitas visual PHD (Peternakan Hijau Daun) Nusantara masih belum memenuhi harapan audiens, baik dari segi daya tarik, kesesuaian konsep, maupun konsistensi penerapan. Tingginya tingkat persetujuan terhadap *redesign* menunjukkan adanya kebutuhan yang kuat untuk mengembangkan identitas visual.

Analisis Consumer Journey

Analisis *consumer journey* dilakukan untuk memetakan bagaimana audiens berinteraksi dengan PHD (Peternakan Hijau Daun) Nusantara dari sebelum mengenal destinasi hingga setelah melakukan kunjungan wisata. *Consumer journey* ini membantu mengidentifikasi titik

kontak (*touchpoints*) yang memerlukan perbaikan visual (Arshellino, 2025). Hasil analisis *consumer journey* menjadi dasar penentuan media aplikasi yang perlu diperbarui dalam proses *redesign* nantinya.

Tabel 1. Analisis Consumer Journey PHD Nusantara.

Tahap	Aktivitas Konsumen	Titik Kotal Visual	Kebutuhan Desain
<i>Awareness</i>	Melihat informasi dari brosur, pamflet, baliho atau rekomendasi orang lain	Logo, baliho, media sosial, pamflet, brosur	Desain yang menarik, unik, dan mudah dikenali
<i>Consideration</i>	Mencari informasi melalui sosial media atau rekomendasi orang lain	Logo, media sosial	Tampilan visual yang konsisten, informatif, dan profesional
<i>Purchase</i>	Datang langsung ke lokasi wisata	Logo, <i>signage</i> , tiket, seragam karyawan	Identitas visual yang jelas, kohesif, dan mudah dipahami di area wisata
<i>Post-service</i>	Membagikan pengalaman di media sosial	Feed dan konten promosi	Visual yang menarik dan estetik agar mudah dibagikan

Dari hasil analisis ini, media yang paling berpengaruh terhadap keputusan audiens PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara adalah logo, *signage*, baliho, brosur, pamflet, dan media sosial. Oleh karena itu, media-media tersebut menjadi prioritas utama dalam perencanaan *redesign* identitas visual PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara.

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis yang diperoleh melalui observasi, wawancara, kuesioner, serta *consumer journey*, dapat diidentifikasi beberapa faktor utama yang melatarbelakangi perlunya dilakukan *redesign* identitas visual PHD (Pternakan Hijau Daun) Nusantara, yaitu:

a. Ketidakkonsistenan visual

Penggunaan logo, warna, tipografi, serta elemen visual lainnya belum diterapkan secara seragam pada berbagai media.

b. Kurangnya kekuatan dan keterbacaan logo

Logo yang digunakan belum mampu merepresentasikan karakter destinasi secara optimal serta memiliki tingkat keterbacaan yang rendah.

c. Ketidaksesuaian dengan karakter destinasi

Identitas visual belum sepenuhnya mencerminkan konsep wisata edukasi berbasis seni dan budaya yang menjadi keunikan PHD Nusantara.

d. Belum terpenuhinya kebutuhan dan harapan audiens

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa identitas visual yang ada masih dinilai kurang menarik, kurang profesional.

Redesign identitas visual diharapkan mampu menghadirkan sistem identitas yang lebih konsisten, komunikatif, dan berkarakter, sehingga dapat memperkuat citra PHD (Peternakan Hijau Daun) Nusantara sebagai destinasi wisata edukasi berbasis seni dan budaya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui metode observasi, wawancara, kuesioner, serta analisis *consumer journey*, dapat disimpulkan bahwa identitas visual PHD (Peternakan Hijau Daun) Nusantara belum mampu merepresentasikan karakter dan nilai *brand* secara optimal.

Permasalahan utama yang ditemukan meliputi ketidakkonsistenan penerapan elemen visual pada berbagai media, lemahnya kekuatan dan keterbacaan logo, serta belum adanya kesesuaian antara identitas visual dengan konsep wisata edukasi berbasis seni dan budaya yang diusung. Selain itu, hasil kuesioner menunjukkan bahwa tingkat kesadaran merek terhadap PHD Nusantara masih tergolong rendah, serta identitas visual yang ada dinilai kurang menarik dan kurang profesional. Hal ini diperkuat melalui analisis *consumer journey* yang menunjukkan bahwa pengalaman visual audiens pada setiap titik interaksi belum mampu memberikan kesan yang kuat dan mudah diingat.

Oleh karena itu, diperlukan perancangan ulang *redesign* identitas visual yang mampu menghadirkan sistem visual yang lebih konsisten, komunikatif, dan berkarakter. *Redesign* ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik visual, memperkuat citra merek, serta menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi audiens, sehingga PHD (Peternakan Hijau Daun) Nusantara dapat lebih dikenal sebagai destinasi wisata edukasi berbasis seni dan budaya.

DAFTAR REFERENSI

- Ariffudin, M. (2018). Konsistensi identitas visual: Kajian visual branding media publikasi Borobudur. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 2(2), 2580-8753. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v2i2.329>
- Arshellino, M. P. (2025). Analisis kebutuhan redesign identitas visual HSW Car Wash dalam meningkatkan brand awareness. 5(3). <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i3.1797>
- BPS. (2024). Jumlah perjalanan wisatawan nusantara menurut provinsi asal - Tabel statistik - Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTE4OSMy/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-provinsi-asal.html>

- Febi Arifianto, P. (2020). Analisis visual infografis produk "Samsung Galaxy Note Edge." *Aksa: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(2), 118-132. <https://doi.org/10.37505/aksa.v1i2.10>
- Hasdian, A., & Setiyorini, H. P. D. (2017). Pengaruh educational tourism experience terhadap kepuasan wisatawan di Kampung Batu Malakasari. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1085. <https://doi.org/10.17509/thej.v6i2.5519>
- Herlina, E., Kuningan, U., Ahdiyati, A. N., Kuningan, U., Rahajaan, J. D., & Kuningan, U. (2025). Pengembangan desain identitas visual Uniku sebagai upaya penjenamaan universitas. *July*. <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Signal>
<https://doi.org/10.33603/signal.v13i1.10414>
- Kurniansyah, M. A., & Oemar, E. A. B. (2021). Perancangan identitas visual dan penerapannya dalam media promosi Museum Anjuk Ladang. 3(1), 97-110. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/44287/37681>
- Kustandi, C., Jakarta, U. N., Zianadezdha, A., Jakarta, U. N., Fitri, A. K., Jakarta, U. N., Farhan, M., Jakarta, U. N., L, N. A., & Jakarta, U. N. (2021). Pemanfaatan media visual dalam tercapainya tujuan pembelajaran. 10(2), 291-300. <https://doi.org/10.34005/akademika.v10i02.1402>
- Meylina, C. (2024). Identitas visual dalam logo Gojek SOLV. 3(6), 805-818.
- Nanda, D. P., Fernando, F., & Rahman, F. (2025). Jurnal penelitian nusantara redesign visual identity Sagaraa Kopi di Kota Solok Menulis: *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(2006), 536-543. <https://doi.org/10.59435/menulis.v1i5.306>
- Nugraha, A. A., Arifin, I., Surhianto, V., & Prataseko, F. (2024). Jurnal desain komunikasi kreatif perancangan graphic standard manual book logo festival gau. 6(1), 3-6. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.1>
- Nursyifani, C. U. C. (2024). Perancangan logo perusahaan PT Wirakarya Inti Nusacipta untuk pengenalan identitas merek. *Journal of Scientech Research and Development*, 6(1), 1150-1160. <https://doi.org/10.56670/jsrd.v6i1.405>
- Pitanatri, P. D. S. (2020). Sejarah perkembangan pariwisata dan definisi pariwisata. 1-12.
- Rinaji, P. G. (2020). Perancangan logo dan identitas visual perusahaan aksesoris Nawidji. <http://repository.stsrdvisi.ac.id/id/eprint/499>
- Sofwatillah. (2024). Teknik analisis data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian ilmiah. *Genta Mulia*, 15, 79-91. <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm>
- Vebrianto, R., Thahir, M., Putriani, Z., Mahartika, I., Ilhami, A., & Diniya. (2020). Mixed methods research: Trends and issues in research methodology. *Bedelau: Journal of Education and Learning*, 1(2), 63-73. <https://doi.org/10.55748/bjel.v1i2.35>
- Zahra, N. A., Solicitor, A., El, R., & Ayuswantana, A. C. (2024). Redesign rancangan identitas visual penerbit buku CV Pustaka Cemerlang. 4, 8479-8493. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.10275>