



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v7i3>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Transformasi Visual Punakawan sebagai Strategi Representasi Budaya dalam Perancangan Maskot *Gamelan Ethnic Music Festival 2025*

Tunjung Norma Sidhi Hastuty<sup>1</sup>, Taufik Murtono<sup>2\*</sup>, Ipung Kurniawan Yunianto<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Institut Seni Indonesia Surakarta, Surakarta, Indonesia, [tunjungnorma7@std.isi-ska.ac.id](mailto:tunjungnorma7@std.isi-ska.ac.id)

<sup>2</sup>Institut Seni Indonesia Surakarta, Surakarta, Indonesia, [taufik@isi-ska.ac.id](mailto:taufik@isi-ska.ac.id)

<sup>3</sup>Institut Seni Indonesia Surakarta, Surakarta, Indonesia, [ipunk@isi-ska.ac.id](mailto:ipunk@isi-ska.ac.id)

\*Corresponding Author: [taufik@isi-ska.ac.id](mailto:taufik@isi-ska.ac.id)

**Abstract:** *The emergence of ethnic music festivals within contemporary cultural contexts presents significant challenges for visual communication design in transforming traditional cultural symbols into inclusive and accessible visual identities. Gamelan, historically associated with aristocratic traditions, requires a visual repositioning strategy to remain relevant within a broader public sphere. This study examines visual transformation of Punakawan characters into the mascot of the Gamelan Ethnic Music Festival (GEMFEST) 2025 as a strategy of cultural representation. Employing a qualitative practice-based research approach, the study integrates visual documentation analysis, in depth interviews with the creative team, and audience engagement data from the official Instagram account as indicators of public reception. The findings reveal that visual deformation, the incorporation of contemporary attributes, and the application of character design principles contribute to the development of a mascot identity that is culturally rooted yet contemporarily relevant. This transformation reflects a process of cultural recontextualization toward more inclusive, popular, and demonstrates effectiveness in enhancing audience interaction as a visual communication strategy.*

**Keywords:** *Ethnic Music Festival, Visual Identity, Mascot, Punakawan*

**Abstrak:** Kemunculan festival musik etnik dalam konteks budaya kontemporer menghadirkan tantangan dalam desain komunikasi visual, terutama dalam mentransformasikan simbol budaya tradisional menjadi identitas visual yang inklusif dan mudah diakses. Gamelan yang secara historis terkait dengan tradisi aristokrat memerlukan strategi reposisi visual agar relevan di ruang publik yang lebih luas. Penelitian ini menganalisis transformasi tokoh Punakawan menjadi maskot *Gamelan Ethnic Music Festival (GEMFEST) 2025* sebagai strategi representasi budaya. Dengan pendekatan kualitatif *practice-based*, penelitian ini menggunakan analisis dokumentasi visual, wawancara dengan tim kreatif, serta data keterlibatan audiens dari Instagram resmi sebagai indikator penerimaan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa deformasi visual, penambahan atribut kontemporer, dan penerapan prinsip desain karakter menghasilkan identitas maskot yang berakar pada tradisi namun tetap relevan secara modern.

Transformasi ini mencerminkan proses rekontekstualisasi budaya menuju posisi yang lebih inklusif dan populer, serta terbukti efektif meningkatkan interaksi audiens sebagai strategi komunikasi visual.

**Kata Kunci:** Festival Musik Etnik, Identitas Visual, Maskot, Punakawan

## PENDAHULUAN

Musik merupakan bagian dari kebudayaan dan tradisi setiap bangsa, musik merepresentasikan wujud budaya suatu bangsa atau masyarakat (Hananta, 2023). Musik etnik kerap dianggap sebagai musik tradisional yang cenderung terbuka terhadap penggabungan idiom musik lain sehingga memberi ruang untuk terjadinya kolaborasi dan inovasi (Salmanezzer & Lydia Paulina Wowiling, 2025). Salah satu instrumen musik yang hingga kini masih populer adalah gamelan, secara historis gamelan hanya bisa dimiliki oleh kaum priyayi kerajaan dan dimainkan di lingkungan keraton (Rumiwinarsih, 2024) hal ini membawa narasi bahwa gamelan dibatasi aksesibilitasnya bagi masyarakat umum. Munculnya fenomena festival gamelan dan musik etnik lainnya sebagai pagelaran budaya kontemporer menjadi tantangan kritis dalam bidang desain komunikasi visual (DKV) sebagaimana perannya untuk mengkomunikasikan pesan melalui visualisasi karya yang mengandung nilai persuasif, komunikatif, fungsional, dan estetis (Royhan & Ngabekti, 2021). Festival musik etnik yang hadir berupaya mencapai inklusifitas dan keterlibatan masyarakat umum, ini menjadikan kebutuhan perancangan identitas visual yang adaptif dan relevan menjadi penting.

Penelitian terdahulu telah melakukan eksplorasi desain karakter untuk maskot sebagai alat *branding*, keterlibatan emosional, dan identitas visual. Penelitian juga meneliti penggunaan filosofi dan simbol budaya dalam komunikasi visual untuk menyampaikan nilai dan warisan lokal. Penelitian oleh Putra Hermanto et al., 2024 menunjukkan bahwa maskot yang memiliki filosofi yang selaras dengan *event* yang direpresentasikannya mampu merangkum semua pesan menjadi satu bentuk visual hingga dapat merangkul seluruh audiens. Selanjutnya, penelitian oleh Gede et al., 2023 penggunaan desain maskot menggunakan simbol budaya lokal berupa Dewi dan simbol bentang alam lokal mampu mencapai jangkauan audiens yang lebih luas dan menjadi identitas dari *event* budaya. Kemudian penelitian oleh Putri Erdiana & Yuan Yurisma, 2022 merancang maskot berdasarkan karakter budaya asli daerah yang digunakan untuk *city branding* dengan melakukan penyesuaian desain maskot yang ramah agar dapat diterima audiens, penelitian terdahulu mengenai perancangan maskot umumnya menitikberatkan peran maskot sebagai sarana *branding* dan *city branding*, tanpa mengulas secara mendalam tentang bagaimana simbol-simbol budaya tradisional diolah menjadi identitas visual kontemporer dalam konteks festival budaya. Selain itu, mayoritas kajian masih memosisikan maskot sekadar sebagai media promosi visual, bukan sebagai praktik representasi budaya yang mengandaikan proses negosiasi makna antara tradisi dan budaya populer. Dengan demikian, masih terdapat celah penelitian terkait bagaimana figur-figur budaya tradisional yang direkontekstualisasikan menjadi identitas visual festival melalui tahapan desain karakter.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi tokoh Punakawan yang digunakan menjadi maskot festival musik etnik yaitu Gamelan Ethnic Music Festival (GEMFEST) 2025. Penelitian ini berfokus mengenai deformasi visual, penambahan atribut kontemporer, dan penggunaan prinsip desain karakter agar dapat digunakan untuk menempatkan tokoh Punakawan sebagai identitas visual kontemporer yang selaras dengan kebutuhan komunikatif festival budaya.

Penelitian ini memiliki gagasan bahwa desain karakter yang berakar pada budaya tradisional dapat berfungsi sebagai media strategis untuk menjembatani budaya tradisi dengan

modernisasi komunikasi visual sebagaimana saat ini telah berkembang. Dengan menempatkan desain maskot dalam konteks festival musik etnik, penelitian ini berkontribusi pada kajian desain komunikasi visual dengan memperluas diskusi mengenai representasi budaya, desain maskot, dan identitas visual di luar *branding* komersial dalam ranah budaya kontemporer.

Desain komunikasi visual (DKV) berfungsi untuk menciptakan identitas *branding* yang kuat, meningkatkan keterlibatan audiens, dan memudahkan penyampaian pesan (Anugrafiyanto, 2025). DKV sangat lekat dengan kehidupan sehari-hari karena merupakan hasil representasi kebudayaan masyarakat. DKV mempelajari banyak cabang mulai salah satunya bidang ilustrasi dengan perancangan karakternya, Sullivan, Schumer, dan Alexander pada bukunya berjudul *Ideas for the Animated Short Finding and Building stories* menjelaskan bahwa desain karakter merupakan pengembangan dari akting, seorang aktor harus merasakan tokoh atau karakter yang diperankan melalui gestur maupun ekspresi yang *authentic*, selain kuat dari segi visual juga harus mampu menyampaikan emosi dan mudah diingat dalam merepresentasikan hal yang diwakilinya disebut *appeal* atau daya Tarik Sullivan et al., 2008:70. Dalam bukunya juga menjelaskan prinsip desain karakter yang dapat diterapkan untuk menghasilkan desain karakter yang memiliki daya tarik dan memiliki kepribadian yang memikat bagi audiens yang melihatnya, terdapat empat prinsip yaitu *silhouette* merupakan gambaran umum sebuah karakter yang harus memiliki ciri tersendiri yang berbeda dengan karakter lain agar terkesan unik dan mudah dikenali. *Shape*, bentuk dasar untuk membentuk psikologi dan emosi yang ingin diciptakan dari desain karakter. *Proportion*, pada desain karakter dapat disesuaikan dengan sifat karakter yang dimiliki dan *pose* yang berfungsi untuk menonjolkan atau memfokuskan karakter sesuai kepribadian yang diinginkan.

Selain prinsip desain karakter untuk membuat desain karakter terutama maskot untuk merepresentasikan dalam konteks ini GEMFEST 2025 diperlukan penerapan *inner life*, *visual distinction*, dan *expressive traits*. S. McCloud dalam bukunya *Making Comics*, menjelaskan bahwa *inner life* diperoleh dari dalam diri karakter tersebut seperti bagaimana karakter memandang dunia dan keinginan yang unik dari diri karakter, kemudian terdapat *visual distinction* contohnya sebagaimana wajah, tubuh, pakaian, dan atribut yang dipakai karakter tak terlupakan oleh audiens, yang terakhir adalah *expressive traits* yaitu ciri khas karakter yang ditunjukkan dari ucapan dan perilaku yang unik dan selalu mengingatkan pada karakter tersebut (McCloud, 2006:63).

## METODE

### Pendekatan Penelitian

Pendekatan kualitatif melalui riset berbasis praktik desain atau *practice based design research* diterapkan dalam penelitian ini. Metode ini dipilih karena mampu melegitimasi perolehan informasi atau data melalui partisipasi aktif peneliti sebagai desainer dalam proyek yang dikaji. Pemilihan pendekatan ini karena bersifat eksploratif, fleksibel, dan berkembang selama penelitian berlangsung untuk memahami fenomena yang ada (Gaver et al., 2022). Dalam pendekatan ini memungkinkan peneliti merefleksikan Keputusan desain selama proses perancangan sebagai data penelitian.

Prosedur penelitian disusun menggunakan design thinking sebagai kerangka kerja operasional. Design thinking digunakan bukan sebagai metode normatif, melainkan sebagai prosedur sistematis yang benar-benar dijalankan selama proses perancangan maskot GEMFEST 2025, sehingga setiap tahapan menghasilkan data empiris yang dapat dianalisis secara akademik.

### Sumber Data

Data Primer, meliputi arsip visual desain maskot dari tahap awal hingga final, dokumentasi proses perancangan selama proyek berlangsung, wawancara dengan *art director*

dan *creative director* GEMFEST 2025, dan catatan reflektif penulis sebagai desainer yang terlibat langsung dalam proyek. Data sekunder, meliputi literatur terkait desain karakter, maskot, dan representasi budaya, serta dilengkapi data interaksi audiens akun sosial media Instagram resmi GEMFEST 2025 sebagai representasi respon publik.

### Prosedur Design Thinking

*Empathize* untuk memahami permasalahan, sehingga *empathize* dapat memberikan solusi yang tepat, oleh karena itu diperlukan pemahaman secara komprehensif sehingga dilakukan riset berupa pengumpulan data-data literatur serta wawancara (Saputra & Kania, 2022). Pada proses ini dilakukan untuk memahami konteks dan kebutuhan visual GEMFEST 2025. Penulis terlibat dalam pengumpulan data melalui studi literatur, diskusi internal tim desain, serta wawancara dengan *art director* dan *creative director*. Tahap ini menghasilkan pemahaman mengenai posisi festival sebagai pesta rakyat dan kebutuhan akan identitas visual yang inklusif.

Setelah melalui tahap *empathize* pada tahapan ini dilakukan pengkajian untuk memilah data yang telah didapat pada proses sebelumnya untuk mendefinisikan permasalahan yang sebenarnya terjadi (Suprayogi Adhyaksa Pratama & Dwi Indriyanti, 2023). Berdasarkan data pada tahap *empathize*, penulis merumuskan permasalahan desain utama, yaitu kebutuhan maskot sebagai identitas visual festival yang mampu merepresentasikan musik etnik secara non-eksklusif. Pada tahap ini ditetapkan tokoh Punakawan sebagai basis karakter maskot serta batasan visual yang relevan dengan konteks festival.

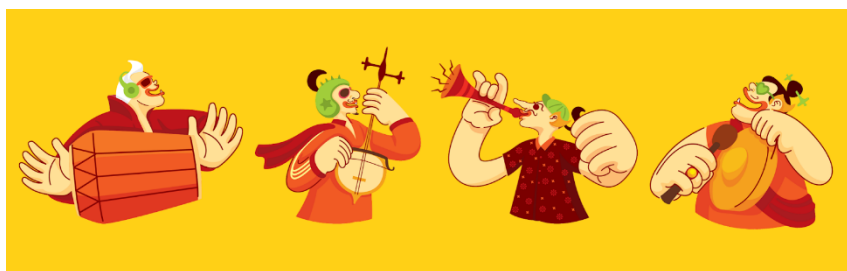
Kemudian *Ideate* dilakukan untuk menghasilkan, mengembangkan, menguji, dan melakukan *brainstorming* tujuannya adalah mengembangkan ide sebanyak mungkin (Foster, 2021). Tahap *ideate* melalui eksplorasi konsep visual, pembuatan moodboard, dan *brainstorming* ide desain karakter. Penulis mengembangkan alternatif visual berupa deformasi bentuk, eksplorasi gestur, dan penambahan atribut kontemporer pada tokoh Punakawan untuk menyesuaikan dengan semangat festival musik etnik.

Selanjutnya Tahapan *prototype* berfungsi untuk memberikan validasi atas solusi atau hasil akhir perancangan maskot (Fathoni, 2023). Pada tahap ini ide visual dieksekusi menjadi sketsa dan desain digital maskot menggunakan perangkat lunak desain vektor. Prototipe visual dikembangkan secara iteratif berdasarkan masukan dari *art director* dan *creative director*, hingga menghasilkan sistem desain maskot yang konsisten.

Tahap terakhir adalah *test* (Fadilah & Sweetania, 2023) menyatakan bahwa tahap ini merupakan tahap terakhir yang berguna sebagai pengujian untuk mendapat *feedback* yang berguna sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki dan meningkatkan perancangan desain maskot. Tahap *test* dilakukan melalui dua cara, yaitu validasi internal oleh pihak pengelola visual festival serta implementasi maskot pada media komunikasi publik, khususnya media sosial Instagram. Data respons audiens dikumpulkan melalui insight Instagram untuk melihat keterlibatan publik terhadap visual maskot yang telah dirancang.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil akhir perancangan desain ini adalah visualisasi maskot GEMFEST 2025 yang merupakan transformasi dari tokoh Punakawan yang terdiri dari Semar, Gareng, Petruk, dan Bagong. Transformasi ini mencakup perubahan deformasi atau penyesuaian visual berupa gestur, penambahan atribut kontemporer dan penggunaan gaya desain berupa *flat design*, visual yang disajikan sebagai berikut.



Sumber: Dokumentasi Pribadi  
**Gambar 1. Maskot GEMFEST 2025**

Pada gambar tersebut terlihat adanya penambahan atribut serta perubahan gestur pada tokoh Punakawan. Musik etnik sebagai topik utama memiliki sifat eklektik karena mengakomodasi berbagai sumber bunyi yang dikomposisikan menjadi kesatuan musikal. Oleh karena itu, gaya visual yang digunakan adalah *flat design* yang tidak sepenuhnya menerapkan *clean design* atau *minimalism* agar tidak terkesan generik. Pilihan visual ini tidak hanya bersifat estetis, melainkan merupakan strategi representasional untuk menggeser citra gamelan dari asosiasi aristokratik menuju citra yang lebih populer, dinamis, dan inklusif. Deformasi bentuk pada tangan dan gestur tokoh menjadi simbol visual dari dinamika musik etnik yang cair dan tidak kaku. Dengan demikian, transformasi visual tidak sekadar perubahan bentuk, tetapi merupakan proses rekontekstualisasi simbol budaya dari ruang sakral menuju ruang publik kontemporer.

**Tabel 1. Analisis gestur dan atribut**

<b>Nama Tokoh</b>	<b>Gestur</b>	<b>Atribut</b>
Semar	Memukul kendang ciblon dengan tubuh menghadap kiri.	Rambut dengan kuncung warna putih, memakai baju bergaya Elvis Presley, mengenakan <i>headphone</i> , dan berkacamata.
Gareng	Tangan membawa alat musik rebab, menghadap kiri.	Hidung berbentuk seperti terong, memakai jaket Adidas dan mengenakan helm spike beserta kacamata.
Petruk	Meniup slompret yang berasal dari Ponorogo, tangan kiri mengepal, serta badan menghadap kanan.	Hidung ramping mancung, memakai baju pantai dan topi cap, serta memakai kacamata.
Bagong	Memukul gong dan badan menghadap kanan.	Hidung pesek, memakai sarung yang menyilang di pundak, mengenakan kacamata hijau berbentuk hati, dan rambut digelung dengan tusuk konde.

Sumber: data analisis pribadi

Berdasarkan data pada tabel di atas, setiap tokoh Punakawan mengalami perubahan dan penambahan atribut serta penyesuaian gestur sesuai alat musik yang dimainkan. Pada level denotatif, perubahan ini terlihat sebagai kombinasi elemen tradisional dan atribut populer seperti jaket Adidas, *headphone*, atau gaya Elvis Presley. Namun pada level konotatif, atribut-atribut tersebut merepresentasikan pertemuan antara budaya tradisional dan budaya populer global. Semar digambarkan mengenakan *headphone* hal ini menandakan bahwa tokoh tradisional yang dipadukan dengan objek teknologi modern masih sesuai dengan mempertahankan aspek tradisional sebagai representasi budaya, sementara Gareng dengan jaket Adidas tidak hanya berfungsi secara estetika sebagai atribut modern tetapi, sebagai simbol

hibritas budaya, yaitu pertemuan antara simbol tradisional pewayangan dengan ikonografi budaya populer global. menghadirkan citra budaya urban kontemporer. Transformasi ini mengindikasikan terjadinya hibriditas visual, dimana identitas tradisional tidak dihilangkan, tetapi dinegosiasikan ulang dalam konteks festival sebagai pesta rakyat. Seluruh karakter tetap mempertahankan ciri morfologis utama Punakawan sehingga kontinuitas identitas budaya tetap terjaga meskipun terjadi deformasi visual. Melalui strategi ini, tokoh tradisional Punakawan direposisi sebagai figure budaya yang dapat beradaptasi dengan konteks visual untuk menggaet generasi muda. Penerapan prinsip desain berupa *silhouette*, *shape*, *proportion*, dan *pose* pada keempat maskot divisualisasikan melalui gambar di bawah.



Sumber: Dokumentasi pribadi

**Gambar 2. *Shilhouette* maskot GEMFEST 2025**



Sumber: Dokumentasi pribadi

**Gambar 3. *Shape* maskot GEMFEST 2025**

Gambar di atas menunjukkan bahwa setiap karakter memiliki *silhouette* yang berbeda meskipun menggunakan gaya ilustrasi yang sama. Keberhasilan *silhouette* ini tidak hanya berfungsi pada aspek keterbacaan visual, tetapi juga mempertahankan identitas ikonik Punakawan sebagai figur budaya Jawa. *Shape* yang menggunakan bentuk dasar segitiga menciptakan kesan stabil dan kompak, sementara *proportion* yang seragam memperkuat kohesi sistem visual maskot. Penerapan prinsip *silhouette*, *shape*, *proportion*, dan *pose* dalam konteks ini berfungsi sebagai mekanisme stabilisasi identitas, sehingga meskipun terjadi deformasi dan penambahan atribut kontemporer, karakter tidak kehilangan *recognizability*-nya sebagai simbol budaya. *Pose* dinamis yang menggambarkan aksi memainkan alat musik memperkuat narasi festival sebagai perayaan yang hidup dan partisipatif. Data interaksi audiens melalui unggahan sosial media yang memuat konten maskot dibawah ini:



Sumber: akun Instagram @gem.festival  
 Gambar 4. Unggahan 4 Juni 2025



Sumber: akun Instagram @gem.festival  
 Gambar 5. Unggahan 9 Juni 2025



Sumber: akun Instagram @gem.festival  
 Gambar 6. Unggahan 14 Juni 2025



Sumber: akun Instagram @gem.festival  
 Gambar 7. Unggahan 2 Juli 2025



Sumber: akun Instagram @gem.festival  
 Gambar 8. Unggahan 15 Juli 2025

Unggahan tersebut memperoleh respon dan interaksi audiens berupa *insight* sosial media sebagai berikut:

**Tabel 2. Interaksi sosial media**

Konten	Tanggal	Engagement
Gambar 5: Awareness festival	4 Juni 2025	Likes 52, comment 1, shares 9 dan 5,294 vies
Gambar 6: Promosi	9 Juni 2025	Likes 34, comment 4, shares 3 dan 4,787 vies

---

Gambar 7: Promosi	14 Juni 2025	Likes 303, comment 15, shares 100 dan 19,8rb vies
Gambar 8: Promosi	2 Juli 2025	Likes 81 comment 8, shares 17 dan 8,989 vies
Gambar 9: promosi <i>merchandise</i>	15 Juli 2025	Likes 55, comments 8, shares 12 dan 10,464 vies

---

Sumber: data Instagram @gem.festival, 20 Februari 2026

Dari tabel di atas terlihat variasi signifikan dalam engagement antar konten. Unggahan tanggal 14 Juni 2025 menunjukkan interaksi tertinggi dengan 303 likes, 15 komentar, dan 100 shares. Secara deskriptif, data ini menunjukkan peningkatan atensi publik terhadap konten yang menampilkan maskot secara lebih dominan. Namun demikian, peningkatan ini tidak dapat sepenuhnya disimpulkan sebagai dampak tunggal dari desain maskot, melainkan perlu dipahami dalam konteks momentum promosi dan intensitas publikasi. Meskipun demikian, konsistensi penggunaan maskot dalam berbagai unggahan memperlihatkan bahwa karakter visual tersebut memiliki daya tarik yang cukup kuat sebagai elemen identitas festival. Data *engagement* ini berfungsi sebagai indikator awal efektivitas komunikasi visual, meskipun belum dapat dianggap sebagai bukti kuantitatif yang komprehensif mengenai persepsi audiens.

Tingginya interaksi pada unggahan tersebut menunjukkan bahwa karakter visual memiliki potensi sebagai *focus point* dalam komunikasi visual GEMFEST 2025. Dalam konteks desain komunikasi visual, maskot berperan sebagai elemen yang memperkuat *recognizability* sekaligus meningkatkan potensi *share* dalam konten GEMFEST 2025 di media sosial. Data ini menunjukkan bahwa tokoh Punakawan dapat ditransformasikan menjadi maskot festival musik etnik melalui pendekatan desain karakter kontemporer. Proses transformasi ini diperoleh melalui deformasi gestur, atribut, dan gaya desain ilustrasi yang tetap mempertahankan ciri khas fundamental setiap tokoh Punakawan. Implementasi transformasi tersebut memperlihatkan konsistensi deformasi visual serta prinsip desain karakter. Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa tokoh Punakawan berfungsi sebagai identitas visual festival yang adaptif terhadap budaya kontemporer.

Temuan dari penelitian ini sesuai dengan konteks festival musik etnik yang bertujuan untuk menjangkau audiens yang luas, yaitu menjangkau audiens baru diluar konteks aristokrat. Festival musik etnik yang menjadi pagelaran pesta rakyat ini memerlukan representasi atau identitas visual yang komunikatif dan tidak eksekutif untuk golongan tertentu. Penggunaan maskot melalui unggahan di sosial media Instagram menunjukkan interaksi audiens luas yang antusias. Perancangan maskot berbasis tokoh Punakawan ini berfungsi sebagai penghubung antara tradisi budaya dan sebagai ruang komunikasi visual pada festival kontemporer. Deformasi visual pada tokoh Punakawan menjadi strategi komunikasi visual untuk mengaburkan persepsi nuansa aristokratik musik gamelan yang selama ini dilekatkan pada konteks keraton. Transformasi ini dapat dipahami sebagai upaya dekonstruksi simbolik terhadap eksklusivitas budaya, di mana gamelan tidak lagi direpresentasikan sebagai milik kelas tertentu, melainkan sebagai ekspresi kolektif masyarakat. Penggunaan atribut kontemporer dan gestur dinamis membangun citra yang lebih egaliter dan terbuka. Dengan demikian, desain maskot berperan sebagai medium mediasi kultural yang menjembatani tradisi dan modernitas tanpa sepenuhnya menghilangkan akar simboliknya.

Penerapan prinsip desain karakter pada maskot konsisten, hal ini berkontribusi pada kemudahan dalam pengenalan masko sebagai identitas visual. Desain karakter memiliki *silhouette*, *shape*, *proportion*, dan *pose* yang diaplikasikan dengan jelas, setiap tokoh dapat dikenali dengan *silhouette* karena tetap mempertahankan ciri khas tokoh Punakawan, menggunakan *shape* dan *proportion* yang konsisten sehingga keempat tokoh memiliki harmonisasi dan konsistensi, serta *pose* yang dinamis sesuai energi dari perayaan festival musik etnik. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa prinsip desain karakter berperan dalam keberhasilan maskot yang berfungsi sebagai komunikasi visual.

Temuan penelitian ini selaras dengan studi desain karakter dan maskot dalam bidang branding yang menekankan pentingnya visual *distinction* dan relevansi budaya. Namun, penelitian ini melampaui pendekatan branding konvensional dengan menunjukkan bahwa transformasi maskot berbasis figur tradisional juga merupakan proses negosiasi makna budaya dalam ruang publik kontemporer. Dengan menghadirkan Punakawan sebagai figur festival, terjadi pergeseran fungsi dari tokoh naratif pewayangan menjadi simbol identitas kolektif dalam industri kreatif. Kontribusi utama penelitian ini terletak pada pemahaman bahwa desain maskot tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai arena representasi dan rekonstruksi identitas budaya.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi tokoh Punakawan menjadi desain maskot GEMFEST 2025 merupakan strategi visual yang mampu menjembatani nilai budaya tradisional dalam konteks desain komunikasi visual kontemporer. Transformasi ini tidak hanya berupa deformasi bentuk dan penambahan atribut modern, tetapi merupakan proses rekontekstualisasi simbol budaya dari ruang aristokratik menuju ruang publik yang lebih setara dan partisipatif. Temuan ini memperkuat teori Scott McCloud (2006) bahwa karakter yang memiliki *visual distinction* penting sebagai tanda atau ciri khas, selain itu sebagai pengikat emosi penonton melalui atribut, gestur, maupun wajah. Dalam konteks festival, karakter sebagai maskot tidak hanya berfungsi sebagai penanda visual tetapi juga berperan sebagai medium naratif untuk membawa pesan kemeriahan kepada audiens secara luas. Selain itu penelitian ini mengidentifikasi bahwa metode perancangan karakter menyatukan deformasi bentuk serta konsistensi prinsip desain (*silhouette, shape, proportion, dan pose*) sehingga tokoh Punakawan tetap memiliki keterbacaan identitas meskipun mengalami adaptasi visual. Dengan demikian, keberhasilan desain tidak terletak pada modernisasi bentuk semata, melainkan pada kemampuan mempertahankan kontinuitas makna kultural di tengah perubahan visual. Oleh karena itu, tokoh Punakawan tidak lagi semata-mata dilihat sebagai lambang tradisi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual yang beresonansi dengan audiens masa kini. Perubahan ini menunjukkan terjadinya pergeseran fungsi representasional, dari figur naratif dalam konteks pewayangan menjadi simbol identitas kolektif dalam praktik branding festival budaya. Gagasan penelitian ini memperkaya bidang desain komunikasi visual dengan menegaskan bahwa desain maskot dapat berfungsi sebagai medium mediasi budaya yang menghubungkan tradisi, identitas lokal, dan dinamika industri kreatif kontemporer. Kontribusi utama penelitian ini dalam bidang desain komunikasi visual adalah dengan menunjukkan transformasi karakter tradisional dengan pendekatan desain karakter kontemporer dapat berfungsi sebagai strategi representasi budaya dalam identitas visual festival, dalam konteks ini adalah GEMFEST 2025. Kontribusi kedua, penelitian ini memperluas kajian maskot dalam desain komunikasi visual dengan memposisikan maskot tidak hanya sebagai alat *branding*, tetapi juga sebagai rekonstruksi simbol budaya dalam ruang publik kontemporer. Secara teoretis penelitian ini terletak pada pemahaman bahwa transformasi visual karakter tradisional bukan sekadar strategi estetis, melainkan praktik negosiasi makna dalam representasi budaya publik. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam jangkauan data lapangan yang belum menyertakan pandangan audiens secara langsung melalui pendekatan kuantitatif maupun analisis persepsi mendalam. Data *engagement* media sosial yang digunakan masih bersifat deskriptif dan belum mampu mengukur secara komprehensif perubahan persepsi kultural audiens terhadap simbol Punakawan maupun gamelan. Oleh karena itu, penelitian di masa depan disarankan untuk memadukan pendekatan *practice-based design research* dengan studi persepsi audiens, analisis semiotik komparatif, atau pengukuran efektivitas branding lintas festival. Pendekatan tersebut akan memperkuat validitas temuan sekaligus memperluas pemahaman mengenai keberhasilan transformasi simbol budaya dalam praktik komunikasi visual kontemporer.

## REFERENSI

- Anugrafiyanto, T. R. (2025). Desain Komunikasi Visual dalam Strategi Branding di Era Digital: Pendekatan Media dan Komunikasi. In | 1 | *Jurnal KomunikArt* (Vol. 1, Number 1). <https://ejournal.ump.ac.id/jkart/article/view/356>
- Fadilah, R. N., & Sweetania, D. (2023). Perancangan *Design Prototype* UI/UX Aplikasi Reservasi Restoran Dengan Menggunakan Metode *Design Thinking*. *Juit*, 2(2).
- Fathoni, A. F. C. A. (2023). *Design Thinking for Sustainable Mascot Character Design*. *E3S Web of Conferences*, 388. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338801025>
- Foster, M. K. (2021). *Design Thinking: A Creative Approach to Problem Solving*. *Management Teaching Review*, 6(2), 123–140. <https://doi.org/10.1177/2379298119871468>
- Gaver, W. W., Krogh, P. G., Boucher, A., & Chatting, D. (2022). *Emergence as a Feature of Practice-based Design Research*. *DIS 2022 - Proceedings of the 2022 ACM Designing Interactive Systems Conference: Digital Wellbeing*, 517–526. <https://doi.org/10.1145/3532106.3533524>
- Gede, P., Kresna, S., Yoga, D., Gde, C., Swendra, R., Ketut, N., & Sarjani, P. (2023). Perancangan Desain Maskot Festival Ubud Campuhan Budaya Di Yayasan Janahita Mandala Ubud (Vol. 4, Number 1). <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1952>
- Hananta, F. G. (2023). Pergeseran Instrumentasi dan Karakteristik Musik Dangdut Era Digital Di Jawa Timur. *Repertoar Journal*, 4 No. 1, 12. <https://doi.org/10.26740/rj.v4n1.p14-25>
- McCloud, Scott. (2006). *Making comics : storytelling secrets of comics, manga and graphic novels*. William Morrow, an imprint of HarperCollins Publishers.
- Putra Hermanto, A., Kremer, H., & Supandi, F. P. (2024). Analisis Pengaruh Desain Maskot Dalam Identitas Visual Pada Olympus 2.0 Exhibition. <https://doi.org/10.62375/jdkv.v2i2.263>
- Putri Erdiana, S., & Yuan Yurisma, D. (2022). *Mascot Character As Supporting Tool For City Branding Based On City Culture: Study Case Ponorogo City*. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Desain Komunikasi Visual*, 7(2).
- Royhan, M. G., & Ngabekti, D. K. (2021). Problematika Desain Komunikasi Visual dan Plagiarisme dalam Dunia Desain Grafis. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 2(1), 86–95. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v2i1.3671>
- Rumiwinarsih. (2024). *The coherence between Javanese Gamelan (Traditional Instrument) and Classical Javanese Dance*. <https://doi.org/10.47197/retos.v61.110574>
- Salmanezzer, J., & Lydia Paulina Wowiling, M. (2025). *Pemanfaatan Musik Etnik Dayak Ma'anyan dalam Pelayanan Musik Gereja di Jemaat GKE Eben Ezer*. 5(1), 2025. <https://doi.org/10.54170/dp.v5i1.894>
- Saputra, D., & Kania, R. (2022). *Implementasi Design Thinking untuk User Experience Pada Penggunaan Aplikasi Digital*. <https://doi.org/10.35313/irwns.v13i01.4210>
- Sullivan, K., Schumer, G., & Alexander, K. (2008). *Ideas for the Animated Short*.
- Suprayogi Adhyaksa Pratama, W., & Dwi Indriyanti, A. (2023). Perancangan *Design* UI/UX *E-Commerce* TRINITY Berbasis Website Dengan Pendekatan Design Thinking. In *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence* (Vol. 04). <https://doi.org/10.26740/jeisbi.v4i1.51144>