



PENGUATAN IDENTITAS DIGITAL ORGANISASI KEMAHASISWAAN MELALUI PELATIHAN DESAIN BRANDING BERBASIS INKSCAPE

Yunus Anis^{1)*}, Hersatoto Listiyono²⁾, Sunardi³⁾, Sri Mulyani⁴⁾, Vici Tiara Anjarsari⁵⁾

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾⁵⁾ Universitas Stikubank (Unisbank), Semarang, Indonesia

*yunusanis@edu.unisbank.ac.id

Dimasukkan : 3 Desember 2025 | **Diterima** : 23 Desember 2025 | **Diterbitkan** : 31 Desember 2025

Abstrak: Kegiatan pengabdian ini bertujuan memperkuat identitas digital organisasi kemahasiswaan melalui pelatihan desain branding berbasis Inkscape sebagai solusi open-source yang efektif dan mudah diakses. Banyak organisasi mahasiswa menghadapi tantangan berupa kualitas visual yang kurang konsisten, logo yang tidak representatif, serta desain publikasi yang belum mencerminkan karakter organisasi. Melalui pendekatan workshop interaktif, peserta dilatih memahami konsep branding modern, prinsip identitas visual, serta teknik pembuatan elemen desain meliputi logo, palet warna, tipografi, dan template publikasi digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada kemampuan peserta dalam merancang brand kit yang lebih profesional dan konsisten. Produk desain yang dihasilkan juga telah berhasil digunakan dalam publikasi resmi organisasi, sehingga berdampak langsung pada peningkatan citra dan daya tarik komunikasi digital mereka.

Kata Kunci: identitas visual; Inkscape; brand kit; publikasi digital; open-source

Abstract: *This community service activity aims to strengthen the digital identity of student organizations through Inkscape-based branding design training as an effective and accessible open-source solution. Many student organizations face challenges such as inconsistent visual quality, unrepresentative logos, and publication designs that do not reflect the organization's character. Through an interactive workshop approach, participants were trained to understand modern branding concepts, visual identity principles, and techniques for creating design elements including logos, color palettes, typography, and digital publication templates. The results of the activity showed a significant increase in participants' abilities in designing more professional and consistent brand kits. The resulting designs have also been successfully used in the organization's official publications, thus directly impacting the image and appeal of their digital communications.*

Keywords: *visual identity; Inkscape; brand kit; digital publishing; open-source*





1. PENDAHULUAN

Organisasi kemahasiswaan pada era digital saat ini tidak hanya berfungsi sebagai wadah pembinaan minat, bakat, dan kepemimpinan mahasiswa, tetapi juga sebagai entitas yang harus mampu berkomunikasi secara efektif melalui berbagai platform digital. Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah cara organisasi berinteraksi dengan publik, baik internal maupun eksternal. Media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube menjadi kanal utama bagi mahasiswa untuk memperoleh informasi terkait kegiatan kampus, pengumuman resmi, publikasi acara, maupun pencitraan organisasi. Dalam konteks tersebut, keberadaan identitas visual digital yang kuat menjadi kebutuhan penting agar organisasi mampu tampil profesional, kredibel, dan mudah dikenali.

Identitas visual merupakan elemen penting dalam komunikasi strategis organisasi. Identitas visual dianggap mampu mencerminkan esensi atau karakter organisasi, namun pemahamannya tidak selalu sederhana. Secara teoretis, penelitian ini menunjukkan bahwa banyak pendekatan menganggap organisasi memiliki esensi tetap yang harus selaras dengan identitas visual yang ditampilkan. Identitas visual dipandang sebagai media yang mampu menyampaikan esensi tersebut kepada publik (Johansen & Gregersen, 2024).

Identitas visual tidak terbatas pada logo, tetapi mencakup keseluruhan elemen visual seperti palet warna, tipografi, bentuk komunikasi grafis, layout konten, hingga konsistensi penggunaan elemen visual pada berbagai media publikasi. Sebuah organisasi yang memiliki identitas visual kuat akan lebih mudah membangun

kepercayaan publik, meningkatkan engagement audiens, serta memperkuat posisi organisasi di tengah banyaknya konten yang bersaing di ruang digital. Sebaliknya, organisasi yang tidak memiliki identitas visual yang jelas atau konsisten seringkali sulit menarik perhatian dan cenderung tidak dikenal, meskipun memiliki banyak kegiatan berkualitas.

Dalam dunia branding dan pemasaran yang kompetitif, logo memainkan peran penting dalam menarik perhatian konsumen, menyampaikan identitas merek, dan membangun pengenalan merek. Logo berfungsi sebagai representasi visual dari esensi suatu merek, merangkum nilai, kepribadian, dan penawarannya. Desain logo yang strategis melibatkan pertimbangan cermat terhadap berbagai elemen dan prinsip untuk menciptakan identitas visual yang kuat dan berdampak (Mohamed & Adiloglu, 2023).

Di lingkungan kampus, organisasi kemahasiswaan sering menghadapi kendala dalam membangun identitas visual digital. Banyak organisasi yang masih menggunakan logo lama dengan kualitas rendah, desain seadanya, atau elemen visual yang tidak sesuai dengan karakter organisasi tersebut. Selain itu, publikasi kegiatan sering dibuat tanpa konsep visual yang matang sehingga tampilan konten menjadi kurang menarik dan tidak seragam. Hal ini menyebabkan penyampaian informasi kurang optimal dan tidak mampu bersaing dengan konten visual dari organisasi lain, baik di dalam maupun luar kampus.

Baru-baru ini, universitas telah mengembangkan strategi yang lebih baik untuk branding dalam menanggapi tantangan persaingan global yang semakin meningkat. Tantangan-tantangan ini



menyerukan penerapan strategi diferensial di lembaga pendidikan tinggi. Perlu dicatat bahwa pendidikan tinggi sekarang secara luas disebut sebagai pasar oleh para akademisi dari berbagai latar belakang. Ada persaingan yang relatif ketat untuk pendaftaran siswa di antara lembaga pendidikan tinggi. Untuk mempertahankan keberhasilan dan perluasan bisnis universitas, sangat penting untuk mengembangkan dan mempertahankan identitas merek yang khas melalui peningkatan strategi branding secara keseluruhan. Meskipun studi sebelumnya menunjukkan bahwa universitas sangat memperhatikan reputasi mereka, hanya sedikit yang menunjukkan penerapan kegiatan branding untuk menghadapi tantangan yang semakin meningkat di era baru. Yang lebih jarang lagi adalah studi yang menyusun strategi untuk memposisikan merek dan meningkatkan kehadiran merek, terutama untuk universitas dengan modal reputasi rendah untuk menarik mahasiswa baru dan untuk memperkuat posisi identitas merek mereka seperti yang dipersepsikan oleh para pemangku kepentingan (orang tua, mahasiswa, dan karyawan)(Xiao Yaping a, Nguyen Thi Thu Huong b,*, Nguyen Hoang Nam c, Phan Dinh Quyet d, Cao Tuan Khanh e, 2023).

Faktor lain yang menjadi penyebab masalah adalah keterbatasan kemampuan desain grafis di kalangan mahasiswa. Tidak semua organisasi memiliki anggota yang menguasai software desain profesional. Beberapa software desain komersial seperti Adobe Illustrator atau CorelDRAW membutuhkan biaya berlangganan yang tinggi, sehingga tidak selalu dapat diakses oleh mahasiswa. Kondisi ini berdampak langsung pada kualitas visual publikasi organisasi. Oleh karena itu, diperlukan

solusi alternatif yang mudah diakses, tidak berbayar, namun tetap memiliki kapabilitas tinggi untuk pembuatan desain branding digital.

Dalam konteks ini, Inkscape hadir sebagai pilihan yang sangat relevan. Inkscape merupakan aplikasi desain vektor berbasis open-source yang dapat digunakan secara gratis, namun memiliki kemampuan yang cukup kompetitif untuk menghasilkan desain profesional. Penggunaan Inkscape memungkinkan mahasiswa untuk mempelajari teknik dasar dan lanjutan dalam pembuatan logo, ikon, elemen grafis, dan template publikasi. Selain itu, penerapan software open-source mendukung prinsip kemandirian teknologi serta memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk berkreasi tanpa batasan biaya.

Teknologi Informasi dan Komunikasi telah memberi kita fleksibilitas dan akses ke informasi dan sumber daya. Teknologi ini tidak hanya memberdayakan komunitas TI untuk berpartisipasi dalam mengeksplorasi narasi baru, tetapi juga menciptakan platform tempat karya intelektual dapat diciptakan dan dibagikan dari mana saja kepada siapa pun, kapan saja. Perangkat lunak sumber terbuka adalah konsep baru yang telah membawa para pelopor kesuksesan di industri TI. Hal ini telah memodelkan pergeseran paradigma dalam perkembangan teknologi dengan menghadirkan metafora baru tentang kerja sama dan kolaborasi (Agarwal, 2014).

Melalui pelatihan desain branding berbasis Inkscape, mahasiswa diharapkan mampu menghasilkan identitas visual digital yang kuat dan konsisten. Pelatihan ini tidak hanya mengajarkan aspek teknis pembuatan desain, tetapi juga pemahaman konseptual tentang branding dan komunikasi visual. Dengan demikian,



organisasi kemahasiswaan dapat meningkatkan kualitas publikasi digital mereka, memperkuat citra organisasi, dan membangun kedekatan yang lebih baik dengan audiens. Upaya penguatan identitas visual digital ini pada akhirnya akan mendorong profesionalisme organisasi serta mendukung dinamika kehidupan kampus yang lebih kreatif dan kompetitif di era media sosial.

Terkait penguatan identitas digital organisasi kemahasiswaan mencakup konsep dasar branding, identitas visual, komunikasi digital, serta penggunaan perangkat lunak desain berbasis vektor seperti Inkscape. Branding secara konseptual didefinisikan sebagai proses strategis untuk membangun persepsi, nilai, dan citra suatu entitas melalui representasi visual maupun non-visual. Dalam konteks organisasi kemahasiswaan, branding memiliki peran penting untuk membedakan karakter, nilai, dan arah organisasi dari organisasi lainnya. Menurut teori komunikasi visual, identitas visual yang kuat akan meningkatkan *recognition* dan *engagement* audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Perangkat Lunak Sumber Terbuka (OSS) adalah perangkat lunak komputer dengan kode sumber yang dapat dipelajari, dimodifikasi, dan didistribusikan kepada siapa pun dan untuk tujuan apa pun karena dikembangkan secara kolaboratif dan publik. Terlepas dari sifatnya, pengguna tetap harus mematuhi ketentuan lisensi saat menggunakannya, meskipun ketentuannya sangat berbeda dari lisensi kepemilikan. Dari segi keuangan, meskipun sebagian besar OSS gratis, pemrogram dan pakar pemecahan masalah dapat menghasilkan uang dengan membantu orang lain memecahkan masalah kode sumber, memasangnya, dan menggunakannya.

Dengan peningkatan penggunaan OSS, dilaporkan bahwa pendapatan layanan sumber terbuka pada tahun 2018 telah meningkat menjadi \$14,1 miliar dari \$11,4 miliar pada tahun 2017 dan diproyeksikan akan terus meningkat menjadi \$32,95 miliar pada tahun 2022 (Trapero et al., 2019).

Identitas visual merupakan bagian dari sistem branding yang terdiri dari komponen utama seperti logo, warna, tipografi, bentuk, dan gaya komunikasi grafis. Teori desain menyebutkan bahwa identitas visual yang efektif harus memiliki prinsip kesederhanaan (*simplicity*), konsistensi (*consistency*), relevansi (*relevance*), dan fleksibilitas (*flexibility*). Konsistensi visual sangat penting untuk membangun kredibilitas organisasi, terutama di era digital yang penuh dengan konten visual bersaing. Media sosial memerlukan identitas visual yang adaptif sehingga mampu tampil optimal pada berbagai platform dan ukuran layar. Meskipun suatu merek terdiri dari aset berwujud dan tidak berwujud, banyak definisi merek yang menyamakan merek dengan elemen visual desain grafis dan identitas merek dengan identitas visual (Assist. prof. Borislava Stoimenova, PhD, 2019).

Dalam kajian literasi digital, mahasiswa di era industri 4.0/5.0 dituntut memiliki kemampuan tidak hanya mengakses dan memahami informasi, tetapi juga menciptakan konten digital yang kreatif dan komunikatif. Produksi konten visual, termasuk desain branding, merupakan bagian dari literasi digital tingkat lanjut.

Dunia kerja dan pendidikan terus berkembang pesat, dengan teknologi mengubah cara kita bekerja dan belajar. Pendidikan saat ini menuntut pengembangan keterampilan lunak seperti



komunikasi, kreativitas, dan kemampuan beradaptasi, bukan hanya fokus pada pengetahuan akademis. Oleh karena itu, penting untuk mempersiapkan generasi mendatang dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk beradaptasi dengan perubahan ini, terutama keterampilan berpikir kritis, kolaborasi, dan literasi digital. Perguruan tinggi memiliki peran besar dalam membimbing mahasiswa agar siap menghadapi dunia kerja abad ke-21, dengan memadukan pembelajaran tradisional dengan teknologi digital (Khan et al., 2022).

Dari sisi teknologi, Inkscape diposisikan sebagai perangkat lunak desain vektor berbasis open-source yang memberikan kemampuan profesional setara aplikasi berbayar. Teori desain vektor menjelaskan bahwa grafis berbasis vektor memiliki keunggulan dalam skalabilitas, ketajaman visual, dan fleksibilitas penggunaan. Inkscape menyediakan fitur penting seperti *node editing*, *path operations*, manajemen warna, dan tipografi yang sangat relevan untuk pembuatan identitas visual digital. Dengan demikian, pemanfaatan Inkscape dalam pelatihan branding menjadi solusi tepat untuk meningkatkan kompetensi desain mahasiswa secara efektif dan efisien.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang secara sistematis agar mampu memberikan pengalaman belajar yang komprehensif kepada peserta. Pelaksanaan kegiatan mencakup beberapa tahapan mulai dari persiapan, pelaksanaan workshop desain, pendampingan teknis, hingga evaluasi hasil pelatihan. Setiap tahapan dipadukan dengan penggunaan bahan ajar dan perangkat teknologi yang mendukung peningkatan pemahaman mengenai

branding digital dan penguasaan software Inkscape.

Grafik vektor 2D merepresentasikan gambar dalam struktur deskriptif yang ringkas; alih-alih susunan piksel spasial, dokumen grafik menggambarkan kanvas dan susunan elemen visual seperti bentuk atau teks dalam format tertentu seperti SVG atau PDF. Grafik vektor sangat penting dalam produksi kreatif karena representasinya yang bebas resolusi, mudah diinterpretasikan oleh manusia, dan mudah diedit. Karena pentingnya dalam aplikasi kreatif, telah ada sejarah panjang namun aktif dalam penelitian tentang penelusuran representasi grafik vektor dari gambar raster (Yamaguchi, 2021).

1. Bahan dan Perangkat yang Digunakan

Pelaksanaan kegiatan menggunakan beberapa bahan dan perangkat sebagai berikut:

- a) Perangkat komputer/laptop untuk setiap peserta, dengan spesifikasi minimal mendukung penggunaan Inkscape.
- b) Perangkat lunak Inkscape (versi terbaru), diinstal pada seluruh perangkat peserta dan fasilitator.
- c) Modul Pelatihan Desain Branding, yang berisi materi teori branding, prinsip identitas visual, panduan penggunaan Inkscape, dan contoh brand kit.
- d) Bahan desain digital, seperti file gambar, ikon, template, dan palet warna untuk latihan.
- e) LCD projector dan layar presentasi untuk demonstrasi teknis oleh fasilitator.
- f) Form evaluasi, meliputi pre-test, post-test, dan penilaian karya desain peserta.

Bahan dan perangkat ini memastikan bahwa workshop dapat berlangsung



interaktif serta memudahkan peserta mengikuti setiap tahapan pelatihan secara efektif.

2. Tahapan dan Metode Pelaksanaan

Metode kegiatan dilaksanakan melalui empat pendekatan utama, yaitu (1) persiapan dan analisis kebutuhan, (2) workshop tatap muka dan demonstrasi, (3) praktik berbasis proyek (project-based learning), serta (4) pendampingan dan evaluasi hasil. Penjelasan detailnya sebagai berikut:

2.1 Persiapan dan Analisis Kebutuhan

Tahap ini dilakukan untuk memastikan pelatihan tepat sasaran dan sesuai kebutuhan organisasi kemahasiswaan. Aktivitas meliputi:

- Survei kebutuhan visual dan branding organisasi, termasuk kondisi logo, gaya publikasi, dan karakter organisasi.
- Menyusun modul pelatihan yang berisi teori branding dan panduan teknis penggunaan Inkscape.
- Instalasi dan uji coba aplikasi Inkscape pada perangkat peserta.
- Persiapan ruang pelatihan dan fasilitas presentasi.

Tahap persiapan ini memastikan seluruh komponen teknis dan materi siap digunakan sehingga kegiatan berlangsung efisien.

2.2 Workshop Tatap Muka dan Demonstrasi

Metode utama pelaksanaan kegiatan adalah workshop berbasis demonstrasi, di mana fasilitator memberikan penjelasan konsep branding dan memperagakan langkah-langkah penggunaan Inkscape secara langsung. Kegiatan pada tahap ini meliputi:

- Pengenalan branding digital, mencakup elemen-elemen identitas visual (logo, warna, tipografi).
- Pengenalan antarmuka Inkscape, termasuk tools dasar untuk desain vektor.
- Demonstrasi pembuatan logo sederhana, penggunaan shapes, path, node editing, dan kombinasi objek.
- Praktik membuat palet warna dan tipografi organisasi, sesuai karakter organisasi mahasiswa.

Metode demonstrasi ini membantu peserta memahami konsep melalui penjelasan visual yang step-by-step.

2.3 Praktik Berbasis Proyek (Project-Based Learning)

Agar peserta memperoleh pengalaman langsung, kegiatan dilanjutkan dengan pendekatan project-based learning. Setiap peserta atau kelompok diminta membuat brand kit sederhana, terdiri dari:

- Logo atau redesain logo organisasi
- Palet warna resmi (primary & secondary colors)
- Tipografi dan gaya huruf
- Template dasar publikasi digital (poster atau feed Instagram)

Selama praktik, peserta diarahkan untuk menerapkan teori branding serta memanfaatkan fitur Inkscape secara kreatif. Pendekatan proyek ini menekankan kemampuan problem solving, eksplorasi visual, dan penguasaan teknis secara bertahap.

2.4 Pendampingan dan Konsultasi Teknis

Setelah praktik, fasilitator memberikan sesi pendampingan individual untuk membantu peserta menyempurnakan desainnya. Kegiatan pendampingan meliputi:

- Review elemen desain yang sudah dibuat



- b) Masukan terkait komposisi visual, kesesuaian warna, dan kejelasan logo
- c) Perbaikan struktur desain vektor di Inkscape
- d) Optimalisasi file untuk penggunaan digital (ekspor PNG/SVG)

Pendampingan memastikan peserta tidak hanya mampu membuat desain, tetapi juga memahami aspek kualitas visual yang baik.

2.5 Evaluasi dan Refleksi

Tahap akhir pelaksanaan adalah evaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan.

Evaluasi dilakukan melalui:

- a) Pre-test dan post-test, untuk mengukur peningkatan pemahaman branding dan keterampilan desain.
- b) Penilaian karya desain, berdasarkan kejelasan konsep, estetika, dan konsistensi visual.
- c) Refleksi peserta, mengenai pengalaman selama pelatihan dan kebutuhan pengembangan lanjutan.

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman branding digital serta keterampilan teknis penggunaan Inkscape.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian “Penguatan Identitas Digital Organisasi Kemahasiswaan melalui Pelatihan Desain Branding Berbasis Inkscape” telah menghasilkan sejumlah capaian penting yang mencerminkan peningkatan kompetensi peserta, kualitas elemen desain yang dihasilkan, serta dampak langsung terhadap penguatan identitas visual organisasi kemahasiswaan.

Hasil kegiatan ini dapat dilihat dari tiga aspek utama, yaitu partisipasi dan keterlibatan mahasiswa, peningkatan

kompetensi desain dan pemahaman branding, serta kualitas karya desain yang dihasilkan.

4.1. Partisipasi Peserta dan Interaksi Selama Kegiatan

Kegiatan workshop diikuti oleh mahasiswa perwakilan dari berbagai organisasi kemahasiswaan, seperti Himpunan Program Studi, BEM, UKM, dan komunitas internal kampus. Tingkat partisipasi peserta dapat dikategorikan sangat baik, ditandai dengan kehadiran lebih dari 90% peserta pada seluruh sesi pelatihan. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi, terutama pada sesi praktik langsung dan demonstrasi pembuatan logo.

Selain itu, interaksi antara fasilitator dan peserta berlangsung aktif. Peserta secara konsisten bertanya mengenai teknik desain, prinsip branding, dan pemilihan elemen visual yang tepat untuk karakter organisasi masing-masing. Lingkungan workshop yang komunikatif mendorong kolaborasi antar peserta dalam diskusi pemilihan warna, bentuk, hingga struktur logo. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya berdampak pada peningkatan skill individu, tetapi juga membangun budaya kreatif di antara organisasi mahasiswa.

4.2. Peningkatan Kompetensi Branding dan Penguasaan Inkscape

Salah satu indikator keberhasilan kegiatan adalah meningkatnya kemampuan peserta dalam memahami konsep branding dan penggunaan software Inkscape. Hal ini dibuktikan melalui hasil pre-test dan post-test yang menunjukkan peningkatan skor rata-rata sebesar lebih dari 40%. Pada awal kegiatan, sebagian besar peserta belum memahami konsep dasar branding, seperti fungsi logo, prinsip konsistensi visual, dan pentingnya elemen identitas digital. Namun setelah mengikuti workshop, peserta mampu menjelaskan struktur brand kit dan

bagaimana elemen visual dapat mencerminkan nilai organisasi.

Dari sisi teknis, penguasaan Inkscape juga mengalami peningkatan signifikan. Peserta yang sebelumnya belum familiar dengan fitur desain vektor, kini mampu menggunakan berbagai tools seperti shape tool, node editing, path operation, gradient, dan color palette generator. Peserta juga mampu membuat desain yang lebih presisi dan profesional dibandingkan sebelum mengikuti workshop. Keterampilan ini sangat penting karena desain vektor merupakan standar utama dalam pembuatan identitas visual digital yang fleksibel dan dapat diperbesar tanpa kehilangan kualitas.



Gambar 1. Peserta Workshop dan Pelatihan

4.3. Kualitas Karya Desain yang Dihasilkan Peserta

Pada tahap praktik berbasis proyek, peserta diminta menghasilkan satu paket identitas visual sederhana atau brand kit untuk organisasi masing-masing. Hasil karya tersebut kemudian dievaluasi oleh fasilitator berdasarkan aspek estetika, konsistensi, kreativitas, dan kemampuan teknis.

Sebagian besar peserta berhasil menghasilkan logo yang lebih modern dan representatif dibandingkan logo awal organisasi mereka. Beberapa desain menunjukkan perkembangan luar biasa dalam hal bentuk, komposisi, dan penggunaan warna. Palet warna yang dipilih peserta cenderung lebih harmonis

dan sesuai dengan karakter organisasi. Penggunaan tipografi juga lebih terarah, dengan pemilihan font yang lebih profesional dan mudah dibaca.

Template publikasi yang dihasilkan peserta juga mengalami peningkatan kualitas. Peserta mampu membuat desain poster atau feed Instagram dengan layout yang lebih rapi, proporsi visual yang seimbang, serta penggunaan warna yang konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami cara menggunakan Inkscape, tetapi juga menerapkan prinsip desain grafis secara efektif.

Sebagian desain bahkan langsung digunakan oleh organisasi peserta untuk publikasi kegiatan terbaru mereka. Ini menunjukkan bahwa dampak pelatihan tidak hanya berhenti pada peningkatan keterampilan, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas komunikasi digital organisasi.



Gambar 2. Proses Hasil Pembuatan Logo

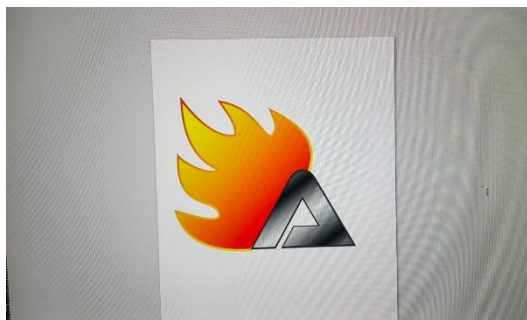
4.4. Dampak terhadap Penguatan Identitas Digital Organisasi

Dari hasil monitoring pasca kegiatan, terlihat bahwa workshop memberikan dampak nyata dalam memperkuat identitas digital organisasi. Beberapa organisasi telah

mulai menerapkan brand kit yang mereka hasilkan secara konsisten pada seluruh publikasi digital, baik untuk poster kegiatan, unggahan media sosial, maupun dokumentasi acara.

Penerapan identitas visual yang lebih rapi dan konsisten berdampak pada peningkatan keterlibatan audiens. Berdasarkan wawancara singkat dengan beberapa peserta, mereka melaporkan bahwa unggahan media sosial organisasi mereka mendapatkan jumlah *likes*, *engagement*, dan *reach* yang lebih tinggi setelah menggunakan desain yang dihasilkan dari workshop.

Selain itu, kegiatan ini mendorong munculnya unit kecil di beberapa organisasi yang fokus pada pengelolaan desain dan publikasi digital. Artinya, kemampuan branding yang diperoleh peserta tidak hanya menguatkan citra organisasi, tetapi juga menciptakan budaya kreatif dan profesionalisme dalam menjalankan kegiatan organisasi.



Gambar 3. Contoh Logo Yang Dihasilkan

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian “Penguatan Identitas Digital Organisasi Kemahasiswaan melalui Pelatihan Desain Branding Berbasis Inkscape” telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kemampuan mahasiswa dalam memahami dan menerapkan konsep

identitas visual digital. Melalui rangkaian workshop, praktik langsung, dan pendampingan, peserta mampu menguasai dasar-dasar branding serta teknik desain vektor menggunakan Inkscape secara lebih efektif. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan kualitas logo, palet warna, tipografi, dan template publikasi yang dihasilkan oleh peserta, yang kemudian diterapkan secara konsisten dalam publikasi organisasi. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan profesionalisme komunikasi digital organisasi, tetapi juga mendorong budaya kreatif dan kolaboratif di lingkungan mahasiswa. Kegiatan ini layak dilanjutkan dengan pelatihan lanjutan untuk memperkuat kapasitas desain dan branding di tingkat kampus.

5. UCAPAN TERIMAKASIH (*optional*)

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan pengabdian ini. Terima kasih kepada pimpinan program studi, dosen pendamping, mahasiswa peserta, serta pihak kampus yang telah menyediakan fasilitas dan sarana pelatihan. Partisipasi aktif dan kolaborasi semua pihak menjadi kunci keberhasilan kegiatan ini. Semoga kerja sama ini terus berlanjut untuk pengembangan kompetensi mahasiswa di masa mendatang.

6. REFERENSI

Agarwal, D. M. (2014). A Study on Growth and Development of Open Source Software in Education. *IOSR Journal of Research & Method in Education (IOSRJRME)*, 4(5), 35–45. <https://doi.org/10.9790/7388-04553545>



- Assist. prof. Borislava Stoimenova, PhD, b. stoimenova@unwe. b. U. of N. and W. E. (2019). VISUAL BRAND IDENTITY DESIGN. *ペインクリニック学会治療指針* 2, 1–9.
- Johansen, T. S., & Gregersen, M. K. (2024). The Authenticity of Organizational-Level Visual Identity in the Context of Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 18(5), 404–423. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2024.2352114>
- Khan, N., Sarwar, A., Chen, T. B., & Khan, S. (2022). Connecting digital literacy in higher education to the 21st century workforce. *Knowledge Management and E-Learning*, 14(1), 46–61. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2022.14.004>
- Mohamed, K., & Adiloglu, F. (2023). Analyzing the Role of Gestalt Elements and Design Principles in Logo and Branding. *International Journal of Communication and Media Science*, 10(2), 33–43. <https://doi.org/10.14445/2349641x/ijcms-v10i2p104>
- Trapero, H. A., Leño, C. B., & Caguiat, M. R. (2019). Value-based adoption of open-source software in higher education: An empirical investigation. *ICCE 2019 - 27th International Conference on Computers in Education, Proceedings*, 2, 237–245. <https://doi.org/10.58459/icce.2019.207>
- Xiao Yaping a, Nguyen Thi Thu Huong b,*, Nguyen Hoang Nam c, Phan Dinh Quyet d, Cao Tuan Khanh e, D. T. H. A. (2023). University brand: A systematic literature review. *Heliyon*, 9(6), e16825. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16825>
- Yamaguchi, K. (2021). CanvasVAE: Learning to Generate Vector Graphic Documents. *Proceedings of the IEEE International Conference on Computer Vision*, 5461–5469. <https://doi.org/10.1109/ICCV48922.2021.00543>