

Taman Purbakala Pugung Raharjo: Pengembangan Identitas Visual Dalam Penguatan Daya Tarik Wisata Prasejarah Lampung Timur

Reynaldi Indra Pratama^{1)*}

¹⁾ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang, Indonesia.

*Corresponding Author

Email : reynaldilinks13@gmail.com

How to cite: Pratama, R.I. (2025). Taman Purbakala Pugung Raharjo: Pengembangan Identitas Visual Dalam Penguatan Daya Tarik Wisata Prasejarah Lampung Timur. *In Laboratory Journal*, 3(2): 106-112.

Article History : Received: Mar 20, 2025. Revised: Apr 25, 2025. Accepted: Aug 8, 2025

ABSTRAK

Taman Purbakala Pugung Raharjo merupakan destinasi wisata dengan nilai sejarah yang signifikan. Namun, taman ini saat ini belum memiliki identitas visual, yang seringkali membingungkan pengunjung dengan situs arkeologi lain di Lampung, seperti Situs Batu Bedil dan Situs Batu Berak. Tujuan perancangan identitas visual Taman Purbakala Pugung Raharjo ini adalah untuk menciptakan representasi visual yang kuat yang menonjolkan citra khas taman ini dan membedakannya dari situs serupa lainnya di Lampung. Metode penelitian yang digunakan meliputi studi literatur dari jurnal akademik, observasi lapangan, wawancara, dan kuesioner, yang menjadi referensi dalam proses perancangan dan kreatif. Metode analisis yang digunakan adalah SWOT dan Design Thinking. Identitas visual akan berupa logo yang merepresentasikan esensi taman. Desain logo ini terinspirasi oleh struktur megalitik ikonik taman dan menggabungkan palet warna yang mencerminkan keindahan alam situs arkeologi tersebut. Identitas visual ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik situs bagi pengunjung. Selain itu, media pendukung seperti X-banner, poster, dan merchandise seperti gantungan kunci dan kaos akan disertakan. Penerapan identitas visual untuk Taman Purbakala Pugung Raharjo ini diharapkan dapat membedakannya dan memberinya keunggulan kompetitif dibandingkan tempat wisata sejenis, terutama untuk inisiatif branding di masa mendatang.

KEYWORDS

Archaeological Park
Pugung Raharjo
Historical Site
Visual Identity
Tourist Park

This is an open access article under the [CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license



PENDAHULUAN

Lampung Timur merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang terletak tidak jauh dari Kota Bandar Lampung. Wilayah ini dikenal dengan kekayaan sumber daya alam, tradisi budaya yang masih kuat, serta potensi pariwisata yang beragam. Lampung sendiri memiliki karakter geografis yang unik karena berada di ujung selatan Pulau Sumatera dan menjadi pintu gerbang menuju Sumatera dari Pulau Jawa. Kondisi geografis tersebut membuat Lampung memiliki potensi wisata alam dan sejarah yang besar, mulai dari wisata bahari, ekowisata, hingga wisata budaya dan prasejarah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Timur, diketahui bahwa di Provinsi Lampung terdapat tiga situs wisata prasejarah utama yang telah terdaftar dan dikelola secara nasional, yaitu Taman Purbakala Pugung Raharjo di Kabupaten Lampung Timur, Situs Batu Bedil di Kabupaten Tanggamus, dan Situs Batu Berak di Kabupaten Lampung Barat. Dari ketiga situs tersebut, Taman Purbakala Pugung Raharjo merupakan kawasan situs terluas sekaligus yang paling lengkap dalam hal temuan arkeologis dan konteks budaya, sehingga memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata unggulan berbasis sejarah dan edukasi.

Taman Purbakala Pugung Raharjo terletak di Desa Pugung Raharjo, Kecamatan Jabung,

Kabupaten Lampung Timur. Situs ini pertama kali ditemukan oleh penduduk setempat pada tahun 1957 ketika mereka membuka lahan untuk kegiatan pertanian. Dalam proses tersebut, ditemukan sejumlah benda dan struktur batu yang tidak biasa. Temuan ini kemudian dilaporkan kepada pihak berwenang dan menarik perhatian Lembaga Purbakala dan Peninggalan Nasional (sekarang Balai Arkeologi). Berdasarkan laporan Endjat D.J. dan Hermansyah (1989), penemuan awal berupa arca yang diperkirakan berasal dari era klasik Buddha menandai awal penelitian arkeologis di kawasan ini.

Penelitian awal dilakukan oleh Lembaga Purbakala dan Peninggalan Nasional bekerja sama dengan Pennsylvania Museum University yang mencatat berbagai artefak dan struktur megalitik yang ada di situs ini. Kegiatan ekskavasi intensif dilakukan pada tahun 1980 dan menemukan bahwa kompleks megalitik Pugung Raharjo mencakup area seluas 25 hektar, menjadikannya salah satu situs purbakala terbesar di Sumatera bagian selatan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Widi Prastyo, koordinator lapangan Taman Purbakala Pugung Raharjo (wawancara, 23 April 2024), disebutkan bahwa taman ini kini berada di bawah pengelolaan Balai Pelestarian Wilayah VII Bengkulu, dengan berbagai upaya revitalisasi dan pengembangan fasilitas wisata edukatif yang sedang dilakukan.

Taman Purbakala Pugung Raharjo memiliki peninggalan yang sangat beragam dari berbagai masa, mulai dari masa prasejarah, masa megalitik, hingga masa klasik Hindu-Buddha. Dari masa prasejarah, ditemukan benteng tanah dan tanggul yang mengelilingi situs, berfungsi sebagai sistem pertahanan masyarakat pada masa itu. Di dalam kompleks benteng terdapat kompleks Batu Mayat yang terdiri dari batu altar, menhir, dan batu bergores, yang menunjukkan adanya sistem ritual dan kepercayaan tertentu pada masa tersebut. Selain itu, ditemukan pula punden berundak, struktur megalitik yang berfungsi sebagai tempat pemujaan.

Punden berundak di situs ini terdiri atas dua kompleks besar di bagian barat taman. Punden 1 memiliki dua undakan berbentuk gundukan tanah, sementara Punden 6 merupakan yang paling ikonik dan menjadi maskot situs ini. Punden 6 memiliki tiga undakan berbentuk bujur sangkar dengan tinggi mencapai 7 meter dan luas sekitar 12 x 12 meter. Bentuk punden ini menggambarkan sistem sosial dan religius masyarakat masa lalu yang telah mengenal konsep hierarki dan simbolisasi hubungan manusia dengan alam dan leluhur. Selain peninggalan megalitik, ditemukan pula artefak dari masa klasik, seperti fragmen keramik Cina dan lokal, gelang perunggu, manik-manik, serta berbagai perhiasan logam. Semua temuan tersebut kini disimpan dan dipamerkan di Museum Situs Pugung Raharjo (Ekwandari, Triaristina & Susanto, 2021).



Gambar 1. Taman Purbakala Pugung Raharjo
(Dokumentasi : Reynaldi Indra Pratama, 23 April 2024)

Secara konsep, Taman Purbakala Pugung Raharjo dikembangkan sebagai wisata alam terbuka yang menyatukan unsur edukasi, konservasi, dan rekreasi. Pengunjung dapat berjalan-jalan menikmati lanskap taman yang hijau sembari belajar mengenai jejak peradaban masa lampau melalui peninggalan arkeologis yang tersebar di kawasan ini. Sebagai taman edukatif, Pugung Raharjo memiliki nilai strategis bagi pendidikan sejarah, arkeologi, dan kebudayaan bagi generasi muda Lampung dan Indonesia pada umumnya.

Namun, hasil observasi dan penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa tingkat kesadaran publik terhadap keberadaan dan kekhasan situs ini masih rendah. Banyak masyarakat yang belum mampu membedakan antara Taman Purbakala Pugung Raharjo dengan situs lain seperti Batu Bedil dan Batu Berak. Hal ini dikonfirmasi oleh pernyataan Widi Prastyo yang menyebutkan bahwa minimnya identitas visual dan brand image membuat situs ini kurang dikenal secara luas, bahkan oleh warga Lampung sendiri.

Ketiadaan identitas visual yang kuat menyebabkan taman ini kurang menonjol dibandingkan objek wisata lain. Dalam konteks pengelolaan destinasi wisata modern, identitas visual berfungsi tidak hanya sebagai simbol pembeda, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang membangun persepsi publik terhadap nilai dan karakter suatu tempat. Tanpa identitas visual yang khas dan konsisten, suatu destinasi akan sulit memperoleh pengakuan dan loyalitas dari pengunjung. Oleh karena itu, diperlukan upaya kreatif dalam merancang identitas visual baru bagi Taman Purbakala Pugung Raharjo yang merepresentasikan nilai sejarah, budaya, dan kearifan lokal Lampung Timur.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan tujuan menggali potensi visual dan simbolik dari Taman Purbakala Pugung Raharjo untuk dijadikan dasar perancangan identitas visual. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, studi pustaka, dan penyebaran kuesioner.

Observasi dilakukan secara langsung di kawasan situs untuk mengidentifikasi elemen-elemen visual, struktur ruang, serta potensi estetika yang dapat diangkat sebagai identitas visual. Pengamatan difokuskan pada bentuk-bentuk megalitik seperti punden berundak, menhir, batu altar, serta motif-motif yang terdapat pada relief atau benda temuan lain. Selain itu, peneliti juga mendokumentasikan suasana alam, tata ruang taman, dan perilaku pengunjung sebagai bagian dari konteks visual yang akan menjadi inspirasi desain. Observasi ini juga bertujuan untuk memahami kekurangan dari sisi visualisasi publik, seperti ketidakhadiran papan informasi yang menarik, logo yang usang, atau ketiadaan simbol khas di area publik taman.

Wawancara dilakukan dengan pengelola taman, petugas lapangan, serta perwakilan Dinas Pariwisata. Narasumber utama adalah Widi Prastyo, koordinator lapangan taman, yang memberikan banyak informasi mengenai sejarah pengelolaan situs, kendala promosi, serta upaya-upaya pelestarian yang sedang berjalan. Wawancara juga menyinggung persepsi masyarakat terhadap taman ini, terutama dalam konteks branding dan identitas visual. Informasi yang diperoleh dari wawancara kemudian dianalisis untuk menemukan arah dan konsep desain identitas visual yang sesuai dengan nilai-nilai lokal dan makna historis taman.

Studi pustaka dilakukan dengan menelaah berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan artikel daring yang membahas topik logo, branding, identitas visual, pariwisata budaya, dan semiotika. Penelusuran dilakukan menggunakan kata kunci “Taman Purbakala Pugung Raharjo”, “Branding Pariwisata”, dan “Visual Identity in Heritage Tourism”. Data sekunder ini digunakan sebagai pembanding untuk memahami bagaimana strategi identitas visual

diterapkan pada destinasi wisata sejarah di wilayah lain.

Kuesioner disebarakan secara daring kepada berbagai kelompok masyarakat di Lampung, termasuk pelajar SMP, SMA, mahasiswa, dan masyarakat umum. Distribusi dilakukan melalui grup WhatsApp beberapa instansi pendidikan seperti Universitas Lampung, SMP Negeri 2 Sekampung, dan SMA Negeri 1 Sekampung. Responden berjumlah sekitar 130 orang dari berbagai latar belakang pendidikan dan lokasi. Kuesioner ini menanyakan tentang tingkat pengetahuan mereka terhadap Taman Purbakala Pugung Raharjo, persepsi terhadap citra taman, dan pendapat mengenai perlunya identitas visual baru. Data ini memberikan gambaran empiris tentang persepsi publik terhadap taman sebagai destinasi wisata sejarah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini berkembang dalam beberapa produk, yakni: logo, audio visual, dan poster. Produk utama dari hasil penelitian ini adalah logo Taman Purbakala Pugung Raharjo, yang terdiri dari logogram (simbol) dan logotype (teks nama). Logo ini dirancang dalam format vektor digital agar fleksibel digunakan pada berbagai media seperti manual book, neon box, audio visual berdurasi 1 menit, poster, x-banner, serta merchandise.

Dalam proses perancangan, peneliti merujuk pada teori David E. Carter yang menyebutkan bahwa logo yang efektif harus memenuhi tiga prinsip utama, yaitu originalitas, keterbacaan, dan kesederhanaan yang mudah diingat (*simplicity and memorability*). Logo harus memiliki kekhasan dan keunikan yang mampu membedakannya dari logo objek wisata lain. Dalam rancangan ini, unsur budaya lokal dan simbol megalitik dari taman diintegrasikan menjadi bentuk visual baru yang tetap mencerminkan identitas Pugung Raharjo. Bentuk punden berundak dijadikan elemen utama, dipadukan dengan motif tapis kapal, simbol khas kain tradisional Lampung Timur. Kombinasi ini tidak hanya memperkuat kesan historis, tetapi juga memperlihatkan kontinuitas budaya antara masa lalu dan masa kini.



Gambar 2. Logo Taman Purbakala Pugung Raharjo
(Sumber: Reynaldi Indra Pratama, 12 Juni 2025)

Logo dirancang dengan proporsi yang memungkinkan dapat dibaca dengan jelas hingga ukuran minimal 1,5 cm. Tipografi dipilih dengan bentuk geometris yang tegas namun tetap elegan, melambangkan kekokohan situs megalitik dan nilai sakral yang melekat padanya. Desain logo dibuat sederhana agar mudah diingat oleh masyarakat dan pengunjung. Kesederhanaan bentuk bukan berarti kehilangan makna, melainkan justru memperkuat efektivitas komunikasi visual.

Pendekatan semiotika digunakan untuk menganalisis makna yang terkandung dalam logo. Secara denotatif, logo menampilkan struktur punden berundak sebagai fokus utama, menhir di bagian tengah, motif tapis kapal di bagian bawah, dan unsur biru air yang melambangkan kolam megalitikum. Secara konotatif, struktur punden berundak mencerminkan perjalanan spiritual dan sosial masyarakat Lampung dari masa lampau menuju peradaban modern. Batu menhir merepresentasikan penghormatan terhadap leluhur

dan nilai kesakralan, sementara motif tapis kapal menggambarkan semangat pelayaran dan mobilitas masyarakat Lampung yang dinamis. Warna biru pada bagian dasar logo menandakan keseimbangan dan kedamaian, sekaligus simbol air sebagai sumber kehidupan. Logo ini secara keseluruhan menyampaikan pesan bahwa Pugung Raharjo adalah ruang lintas masa, tempat pertemuan antara sejarah, budaya, dan kehidupan modern.



Gambar 4. Final audio visual
(Sumber: Reynaldi Indra Pratama, 15 Juni 2025)

Produk kedua dari penelitian ini adalah video berdurasi 1 menit 30 detik yang berfungsi sebagai media promosi digital. Video ini memperkenalkan keindahan alam dan kekayaan arkeologis taman kepada khalayak luas, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Konsep video bertema “Timeless” dengan tagline “Masa Lampau, Lampau Masa”. Tema ini menggambarkan gagasan bahwa Pugung Raharjo bukan sekadar peninggalan masa lalu, tetapi warisan yang terus hidup dan relevan hingga kini.

Dalam video, tone warna hangat digunakan untuk menggambarkan masa lampau, sementara tone dingin dan cerah menandakan masa kini yang penuh harapan. Dalam proses produksi, digunakan teori Camera Movement dan Type of Shot. Beberapa teknik yang diterapkan antara lain: (1) Panning left dan panning right untuk menampilkan lanskap taman secara luas dan dinamis. (2) Extreme long shot digunakan pada adegan pembuka untuk memperlihatkan pintu masuk taman, menciptakan kesan megah dan misterius. (3) Full shot dan close-up digunakan untuk memperlihatkan detail seperti tekstur batu, ukiran, serta elemen alam seperti bunga dan pepohonan. Transisi halus antar adegan dibuat untuk menjaga kontinuitas narasi visual. Video ini kemudian diunggah pada akun Instagram resmi Taman Purbakala Pugung Raharjo sebagai bagian dari kampanye digital memperkenalkan logo baru.



Gambar 5. Poster
(Sumber: Reynaldi Indra Pratama, 17 juni 2025)

Selain logo dan video, media visual pendukung berupa poster infografis juga dirancang. Poster berfungsi menyampaikan informasi sejarah dan identitas visual taman secara ringkas dan menarik. Ukuran poster adalah 42 x 60 cm dan 42 x 100 cm, dicetak di atas bahan albatros agar tahan terhadap kondisi luar ruangan.

Poster ditempatkan di berbagai titik strategis pada area pameran taman: dua di sisi kiri,

dua di tengah, dan dua di sisi kanan. Isinya meliputi: (1) Ringkasan sejarah penemuan situs. (2) Penjelasan ikon-ikon utama seperti Punden Berundak dan Batu Mayat. (3) Peta lokasi situs dan jalur wisata edukatif. (4) Logo baru beserta makna semiotikanya. Pendekatan infografis dipilih agar pengunjung mudah memahami informasi sejarah tanpa harus membaca teks panjang. Desain poster memadukan warna bumi (cokelat, hijau, dan abu batu) dengan aksen biru, selaras dengan konsep visual logo dan video promosi.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan perancangan ini dapat disimpulkan bahwa identitas visual memiliki peran strategis dalam memperkuat citra dan daya tarik wisata sejarah seperti Taman Purbakala Pugung Raharjo. Tanpa identitas yang kuat, taman berpotensi kehilangan visibilitas di tengah persaingan destinasi wisata lainnya. Melalui pendekatan desain berbasis riset lapangan dan semiotika, identitas visual baru berhasil dirancang untuk merepresentasikan nilai sejarah, budaya, dan lingkungan taman.

Logo baru yang diciptakan tidak hanya berfungsi sebagai tanda grafis, tetapi juga sebagai medium komunikasi budaya yang menjembatani masa lalu dan masa kini. Media audio visual dan poster turut memperkuat pesan visual tersebut dalam format yang lebih adaptif terhadap era digital. Dengan penerapan identitas visual yang konsisten, Taman Purbakala Pugung Raharjo diharapkan dapat menjadi ikon wisata edukatif Lampung Timur dan simbol kebanggaan masyarakat terhadap warisan leluhur mereka.

REFERENSI

- Abednego, V. (2018). *Visual identity vs brand identity*. Binus.
- Airey, D. (2009). *Logo design love*. New Riders.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain komunikasi visual: Dasar-dasar panduan untuk pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Cenadi, C. S. (1999). *Elemen-elemen dalam desain komunikasi visual*. Jakarta: Universitas Kristen Petra.
- Cenadi, C. S. (1999). *Corporate identity, sejarah dan aplikasinya*. Makalah – Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra.
- Degey, S., Setiawan, T. A., & Tumimomor, A. (2016). *Perancangan video promosi pariwisata Kabupaten Nabire (Studi kasus: Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Nabire)*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Ekwandari, Y. S., Handayani, S., & Sutrisno, S. (2021). Pemanfaatan situs purbakala Pugung Raharjo sebagai sumber belajar sejarah untuk mahasiswa. *Fajar Historia: Jurnal Ilmu Sejarah dan Pendidikan*, 5(2), 146–156. <https://doi.org/10.29408/fhs.v5i2.3690>
- Endjat, D. J., & Hermansyah. (1989). *Sejarah Pugung Raharjo dan kepurbakalaan*. Bandar Lampung: Palapa Jaya.
- Ersyad, A. F., & Arifin, S. D. (2023). *Semiotika: Teori dan aplikasi pada desain logo*. Bintang Semesta Media.
- Hananto, B. A. (2019). *Identitas visual digital brand dalam sosial media*. Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur, 57–63.
- Haronas, K. (2024). *Teknik kamera & konsep visualisasi*. Jakarta: Deepublish.
- Januariansyah, S. (2017). Analisis desain logo berdasarkan teori: Efektif dan efisien. *Jurnal Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing (12th ed., trans. Bob Sabran)*. Jakarta: Erlangga.
- Landa, R. (2014). *Graphic design solutions (5th ed.)*. Wadsworth.
- Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019). Design thinking David Kelley & Tim Brown: Otak dibalik penciptaan aplikasi Gojek. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1–11.
- M. Ainurrofiqin. (2021). 99 strategi branding di era 4.0: Kupas tuntas metode jitu membangun citra baik, meyakinkan pelanggan, dan membangun kesadaran merek. Anak Hebat Indonesia.

- Patrick, K. (2019). *The dynamic frame: Camera movement in classical Hollywood*. New York: Columbia University Press.
- Riyadi, M. (2022). Corporate identity. Kajianpustaka.com.
- Rizal, P. (2022). Perancangan identitas visual Taman Wisata Situ Leutik Kota Banjar. *Jurnal DKV STSRD VISI Yogyakarta*.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, A., Anggraeni, R., & Firdaus, A. R. (2022). Pengembangan modul pteridophyta di Taman Purbakala Pugung Raharjo sebagai sumber belajar di masa pandemi Covid-19. *BIODIK: Jurnal Ilmiah Pendidikan Biologi*, 8(2), 54–61. <https://doi.org/10.22437/bio.v8i2.17495>
- Shodikin, A., & Damanhuri. (2023). Upaya meningkatkan jumlah pengunjung di situs Taman Purbakala dalam mendukung kesejahteraan masyarakat Pugung Raharjo. *EKSODA: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 4(1), 45–62. <https://doi.org/10.51226/eksyda.v4i1.624>
- Susanti, R., Setiawan, I., & Sari, R. K. (2013). Situs megalitik Taman Purbakala Desa Pugung Raharjo Kecamatan Sekampung Udik. *Pesagi (Jurnal Pendidikan dan Penelitian Sejarah)*, 1(4). <https://jips.fkip.unila.ac.id/index.php/PES/article/view/3006>
- Swarnadwitya, A. (2020). Design thinking: Pengertian, tahapan dan contoh penerapannya. School of Information Systems, Binus University. Diakses 18 Mei 2024, dari <https://sis.binus.ac.id/2020/03/17/designthinking-pengertian-tahapan-dancontohpenerapannya/>
- Tim Audio Visual BPCB Banten. (2019). Situs Taman Purbakala Pugung Raharjo, dari tinggalan pra-sejarah sampai Hindu-Budha. BPCB Banten. <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbanten/situs-taman-purbakala-pugung-raharjo-dari-tinggalan-pra-sejarah-sampai-hindu-budha/>
- Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity: An essential guide for the entire branding team*. John Wiley & Sons.
- Yudhi, M. (2008). *Media pembelajaran: Sebuah pendekatan baru*. Jakarta: Gaung Persada Press.